



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

Vanessa da Rocha Gonçalves

A Inteligência artificial e as transformações do jornalismo:
uma análise das diretrizes editoriais dos manuais de IA das empresas jornalísticas
brasileiras

Florianópolis
2025

Vanessa da Rocha Gonçalves

A Inteligência artificial e as transformações do jornalismo:
uma análise das diretrizes editoriais dos manuais de IA das empresas jornalísticas
brasileiras

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Carlos Locatelli, Dr.

Florianópolis

2025

Gonçalves, Vanessa da Rocha

A Inteligência artificial e as transformações do jornalismo : Uma análise das diretrizes editoriais dos manuais de IA das empresas jornalísticas brasileiras / Vanessa da Rocha Gonçalves ; orientador, Carlos Augusto Locatelli, 2025.

96 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2025.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Jornalismo. 3. Inteligência Artificial. 4. Ética Jornalística. I. Locatelli, Carlos Augusto. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo. III. Título.

Vanessa da Rocha Gonçalves

A Inteligência artificial e as transformações do jornalismo:
uma análise das diretrizes editoriais dos manuais de IA das empresas jornalísticas
brasileiras

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado, em 23 de junho de 2025,
pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Carlos Locatelli, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

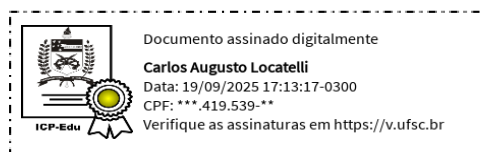
Prof. Jacques Mick, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

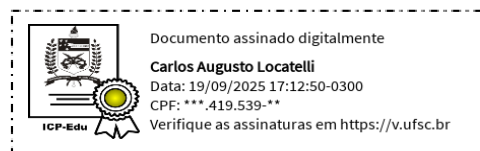
Prof. Neri dos Santos, Dr.

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado
adequado para obtenção do título de Mestra em Jornalismo.



Coordenação do Programa de Pós-Graduação



Prof.(a) Carlos Locatelli, Dr.

Orientador

Florianópolis, 2025.

Aos anjos que me lembram da
importância de sorrir.

AGRADECIMENTOS

Eu agradeço essa força que há no Universo e que chamamos de Deus. Foi essa força que me ajudou a atravessar um deserto escuro. Quando a luz voltou, a vida sorriu para mim e eu sorri de volta.

Hoje agradeço cada momento e cada anjo que surge no meu caminho. E sou muito grata por ter tido a oportunidade de aprender com um corpo técnico referência global nos estudos do aprimoramento do fazer jornalístico.

O professor Carlos Locatelli é um desses anjos por toda a sua sensibilidade. Obrigada, professor, por aplicar comigo uma das essências do jornalismo: a busca da compreensão humana. Você foi determinante para eu concluir esse trabalho.

Obrigada, professor Rogério Christofolletti pelo rigor e seriedade com que você trabalha. Você é nossa grande inspiração no meio acadêmico para a execução técnica e de excelência.

Obrigada, professor Jacques Mick pela sua sabedoria e olhar visionário. A sua habilidade em enxergar tendências e analisar as transformações do jornalismo nos motiva a acreditar no jornalismo e querer ir mais longe nessa luta pelos valores da nossa profissão.

Agradeço imensamente a minha família. Minha mãe e minha irmã, Laureni e Patrícia, pelo amor infinito. E Bruna Leges, minha irmã de alma.

Agradeço ao José Raulino, que foi o melhor companheiro que a vida me deu e que sempre me apoiou.

Aos anjos que estão no céu, Sebastião, meu pai eterno.

À força das mulheres que me inspiram e são as minhas raízes. Minha avó, minha dinda, minha prima caçula, minhas tias e primas.

Agradeço os meus amigos.

Agradeço os meus colegas de trabalho que são jornalistas que amam o que fazem e que tenho muita felicidade em vê-los trabalhar com energia e entusiasmo na execução de cada detalhe na produção diária do jornalismo.

[Porque o jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar mediante a confrontação descarnada com a realidade. (...) Ninguém que não tenha nascido para isso e esteja disposto a viver só para isso poderia persistir numa profissão tão incompreensível e voraz].

Gabriel García Márquez.

RESUMO

Com a proposta de oferecer uma leitura crítica sobre a crescente presença das máquinas na produção de conhecimento jornalístico, esta pesquisa assume perfil exploratório e descritivo para compreender e descrever os impactos da inteligência artificial (IA) no jornalismo abordando suas aplicações, implicações éticas, profissionais e sociais. Em sua parte teórica, através de pesquisa bibliográfica, o estudo parte da análise de como a IA deixou de ser uma ferramenta pontual para tornar-se parte integrante das redações, realizando tarefas como transcrição, tradução, checagem de fatos e geração de textos, além de possibilitar a produção e distribuição automatizada de conteúdos em larga escala. Apesar dos ganhos em produtividade, surgem preocupações relevantes como os impactos profissionais no fazer jornalístico, na ética e na credibilidade jornalística. A pesquisa também analisa as tensões entre veículos jornalísticos e Big Techs quanto ao uso de conteúdo e compensações financeiras e o desequilíbrio de poder e acesso à tecnologia, especialmente entre publishers grandes e pequenos. Esse estudo busca também lançar questões acerca de como a IA impacta no fazer jornalístico, confrontando a particularidade humana da narrativa com a lógica de massas dos algoritmos. Metodologicamente, essa dissertação adota uma abordagem qualitativa, centrando-se na análise documental comparativa, com o objetivo de examinar de que maneira distintas redações jornalísticas brasileiras regulamentam, comunicam e orientam o uso da inteligência artificial em seus processos e práticas profissionais com o objetivo de responder o seguinte questionamento: como as empresas de jornalismo dizem que usam a IA? A análise é feita a partir dos próprios conteúdos disponibilizados pelas empresas jornalísticas na internet, que são os manuais de aplicação de inteligência artificial. Com base na análise de nove manuais, a pesquisa mostra que há escassez de orientações aos jornalistas sendo que são poucas redações brasileiras que lançaram guias de boas práticas e a apreciação desses conteúdos também demonstra uma fragilidade na consistência das orientações. Como contribuição acadêmica, busca-se lançar reflexões sobre ética e prática profissional a partir de um recorte contemporâneo das transformações causadas pela IA no jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo; Inteligência Artificial; Ética Jornalística.

ABSTRACT

With the aim of providing a critical perspective on the growing presence of machines in the production of journalistic knowledge, this research adopts an exploratory and descriptive approach to understand and describe the impacts of artificial intelligence (AI) on journalism, addressing its applications as well as its ethical, professional, and social implications. In its theoretical section, through a bibliographic review, the study begins by analyzing how AI has evolved from a peripheral tool to become an integral part of newsrooms, performing tasks such as transcription, translation, fact-checking, and text generation, in addition to enabling the large-scale automated production and distribution of content. Despite gains in productivity, significant concerns have emerged, such as the professional impacts on journalistic practice, as well as on ethics and journalistic credibility. The research also examines the tensions between media outlets and Big Tech companies regarding content use and financial compensation, highlighting the power and access imbalance to technology particularly between large and small publishers. This study also raises questions about how AI affects the core of journalistic practice, confronting the human uniqueness of storytelling with the mass logic of algorithms. Methodologically, this dissertation adopts a qualitative approach, focusing on comparative document analysis with the goal of examining how different Brazilian newsrooms regulate, communicate, and guide the use of artificial intelligence in their professional routines and processes, seeking to answer the following question: How do journalism companies say they use AI? The analysis is based on materials published online by the journalism companies themselves, specifically their AI application guidelines. Based on the analysis of nine manuals, the research reveals a scarcity of clear guidance for journalists. Few Brazilian newsrooms have released best practice guides, and the evaluation of these documents also indicates a lack of consistency in the guidance provided. As an academic contribution, this dissertation seeks to foster reflection on ethics and professional practice in light of the contemporary transformations brought about by AI in journalism.

Keywords: Journalism; Artificial Intelligence; Journalism Ethics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Avanço da inteligência artificial.....	18
Figura 2: Marisa Maiô gerada por IA.....	25
Figura 3: Capas de jornal extraídas de relatório.....	28
Figura 4: Lady Gaga e pizza.....	37
Figura 5: Postagem do Floripa Mil Grau.....	43
Figura 6: Reprodução de pesquisa no Google	52
Figura 7: Resultado de pesquisa no ChatGPT.....	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Veículos de comunicação	53
Tabela 2: Critérios de análise	54
Tabela 3: Data de criação dos manuais	62
Tabela 4: Número de palavras dos guias de IA.....	63
Tabela 5: IA como ferramenta de suporte humano	65
Tabela 6: Tipos de uso da IA	67
Tabela 7: Compromisso com a capacitação	69
Tabela 8: Exposição dos riscos do uso da IA	71
Tabela 9: Orientações sobre manipulação de imagens	73
Tabela 10: Privacidade e segurança das informações	76
Tabela 11: Revisão humana	78
Tabela 12: Transparência sobre o uso da IA	80
Tabela 13: Existência de comitê de IA	82
Tabela 14 - Síntese dos dados empíricos.....	84

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 2	16
A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SUAS TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO	16
2.1 IA NO JORNALISMO	19
2.1.1 IA generativa no jornalismo	22
2.2 DISCUSSÕES ÉTICAS, MERCADOLÓGICAS, PROFISSIONAIS E COMUNICACIONAIS	24
2.2.1 A transformação profissional e dos processos de produção e consumo de informação	24
2.2.2 Ética, responsabilidade editorial e impactos na credibilidade	35
2.2.3 Dependência, desigualdades e conflito com as BigTechs	39
2.2.4 Máquinas não pensam nem sentem, o jornalista sim	44
2.2.5 A preservação dos valores da gênese jornalística	48
CAPÍTULO 3	51
COMO AS EMPRESAS JORNALÍSTICAS DIZEM QUE USAM A IA	51
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	51
3.1.1 O mapeamento dos guias de redação	52
3.1.2 O estabelecimento de parâmetros para análise	55
3.1.2.1 A escolha dos critérios de análise com base na Carta de Paris sobre Inteligência Artificial no Jornalismo	56
3.1.3 A experiência do uso do ChatGPT no processo de pesquisa	60
CAPÍTULO 4	63
ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	63
4.1 NÚMERO DE PALAVRAS	64
4.2 FERRAMENTA DE SUPORTE	65
4.3 TIPOS DE USO	67
4.4 COMPROMISSO COM CAPACITAÇÃO	70
4.5 ORIENTAÇÕES SOBRE OS RISCOS DO USO	72
4.6 ORIENTAÇÕES SOBRE O USO PARA IMAGENS	74
4.7 PRIVACIDADE E SEGURANÇA	76
4.8 REVISÃO HUMANA	78
4.9 TRANSPARÊNCIA	81
4.10 EXISTÊNCIA DE COMITÊ DE IA	82
4.11 SÍNTESE DOS DADOS EMPÍRICOS	85
CONCLUSÃO	87
REFERÊNCIAS	92

INTRODUÇÃO

“Numa redação onde os repórteres não piscam, não tomam café e nunca perdem um deadline, a inteligência artificial já não é visitante — é colega de equipe. Em vez de pranchetas e bloquinhos, algoritmos vasculham dados em milésimos de segundo, buscando histórias escondidas em meio ao caos informativo. O jornalismo, outrora artesanal, começa a dialogar com o código-fonte. E a pergunta que se impõe é: quem está escrevendo o futuro das notícias?”

Esse parágrafo acima foi escrito por uma inteligência artificial (IA). O seguinte comando foi dado ao ChatGPT, o sistema de inteligência artificial desenvolvido pela empresa californiana OpenAI: “Estou escrevendo uma dissertação que trata do uso da inteligência artificial no jornalismo e quero começar a introdução de um jeito criativo. Me dê uma sugestão de primeiro parágrafo com até 4 linhas. Que seja criativo”.

O ChatGPT descumpriu a orientação e escreveu um texto de seis linhas, superior ao solicitado, o que sugere uma limitação da máquina ao cumprimento exato do comando e enseja questionamentos quanto ao uso dessa tecnologia na prática jornalística, que tem sua essência voltada à precisão. Mas as reflexões e debates acerca do uso dessa ferramenta no jornalismo vão além da prática textual e atingem camadas profundas dos aspectos conceituais, éticos, profissionais e mercadológicos.

Por trabalhar com informações e funcionar na geração de conteúdo, a inteligência artificial atravessa o jornalismo e se insere nas rotinas de produção. Pesquisa da Fundação Thomson Reuters Foundation¹ lançada em 2025 indica que a inteligência artificial está presente no cotidiano de trabalho de 80% dos 221 jornalistas pesquisados em mais de 70 países de economias emergentes. O levantamento mostra que os profissionais têm utilizado prioritariamente para edição de texto, pesquisa, transcrição, tradução, checagem de fatos e geração de ideias.

Os robôs estão mudando o cenário profissional há um tempo com ganhos no aumento da produtividade como é o caso da Associated Press (AP), que em 2014 passou a utilizar a plataforma Wordsmith, da empresa Automated Insights, para gerar automaticamente milhares de matérias sobre resultados financeiros

¹ [TRF-Insights-Journalism-in-the-AI-Era.pdf](#)

trimestrais, o que representou uma produção de conteúdo 14 vezes maior do que a feita por humanos². Também há a possibilidade de oferecer novos recursos. No Festival Internacional de Jornalismo de Perugia de 2025, o jornal norueguês Aftenposten compartilhou sua experiência bem-sucedida ao utilizar vozes artificiais para criar produtos de áudio, permitindo que os leitores consumam notícias enquanto realizam outras atividades³. São inúmeros casos e experiências aplicadas que vão desde ações simples com ferramentas gratuitas até processos complexos de automação.

Entretanto, há riscos. O relatório de tendências do jornalismo do Instituto Reuters de Oxford de 2024⁴ indica que a inteligência artificial dominará o espaço da informação com impactos profundos na confiabilidade e sustentabilidade do jornalismo. Conforme o estudo, os motores de busca estão migrando para respostas diretas via IA, prejudicando a visibilidade dos sites de notícias. Com isso, a maioria dos publishers teme perda de receita e tráfego e há disputas legais com empresas de IA por uso de conteúdo jornalístico, como é o caso do processo judicial aberto em 2023 pelo The New York Times contra a OpenAI e a Microsoft por violação de direitos autorais⁵.

O avanço da inteligência artificial no campo jornalístico tem gerado anseios crescentes acerca dos episódios de substituição de profissionais humanos por sistemas automatizados. Há casos como o registrado em maio de 2020⁶, em que as plataformas de notícias MSN e Microsoft News anunciaram a demissão de mais de 20 jornalistas para substituir as funções pela inteligência artificial. Além da ameaça aos empregos, há os desafios para a própria prática jornalística com violações à ética profissional. Também há preocupações com a possibilidade de enfraquecimento da criatividade e da reportagem original, a diminuição das habilidades de pensamento crítico e risco de aumento da desinformação (RADCLIFFE, 2025).

O papel das empresas de comunicação também está em debate, pois essas apresentam dificuldade em treinar profissionais para o uso da tecnologia e elaborar

² [AI Case Study | The Associated Press has 14-fold increase in its quarterly corporate earnings reporting using Automated Insights' natural language generation platform](#)

³ [International Journalism Festival 2025: what we learnt in Perugia about the future of news | Reuters Institute for the Study of Journalism](#)

⁴ [Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024](#)

⁵ [The New York Times processa OpenAI, criadora do ChatGPT, e Microsoft por violação de direitos autorais | Tecnologia | G1](#)

⁶ [Microsoft sacks journalists to replace them with robots | Nieman Journalism Lab](#)

manuals. Os dados da última pesquisa da Reuters⁷ indicam que faltam diretrizes. O relatório aponta que a maioria das redações não oferece treinamento nem orientação formal sobre IA. Apenas 13% dos entrevistados disseram que suas empresas têm políticas sobre o uso de inteligência artificial. E também falta treinamento. Muitos jornalistas são autodidatas (57,6%) ou usam cursos online (48,8%).

Outro ponto notório é o conflito entre o jornalismo e as Big Techs, que é reforçado pela inteligência artificial. O relatório “Jornalismos e Inteligência Artificial – Impacto para *publishers* brasileiros” de 2024⁸ mostrou que o reflexo do uso da IA no jornalismo brasileiro apresenta desafios significativos, ligados à dependência das Big Techs e à dificuldade em determinar e negociar valores atribuídos aos conteúdos jornalísticos. O estudo baseia-se em 13 entrevistas com *publishers* brasileiros para mapear desafios, oportunidades e percepções sobre a adoção de IA. Em relação ao licenciamento de conteúdo, o levantamento aponta que não há padrão claro para acordos com Big Techs e que os *publishers* defendem compensação financeira justa, preservação de marca e uso de links para conteúdo original. Também há assimetria de poder com um desequilíbrio entre veículos e Big Techs no controle de audiência, publicidade e dados. As empresas jornalísticas brasileiras têm acesso limitado à tecnologia e dados, o que agrava a dependência. Também há disparidade, os maiores (como Globo e UOL) têm vantagens frente aos menores dentro do próprio setor jornalístico.

Diante de uma infinidade de possibilidades de uso da IA, o jornalismo tem mergulhado em profundas transformações no campo profissional, ético e de mercado, que estão em discussão nesta pesquisa. As máquinas estão dominando o processo de raciocínio humano com cada vez mais perfectibilidade, o que traz reflexões para a profissão. Partindo do princípio de que o pensamento crítico, criativo e original é um dos grandes patrimônios do jornalismo, essa pesquisa busca lançar reflexões sobre a aproximação das máquinas com as habilidades humanas. Tendo em vista que a IA se inseriu na sociedade mais rápido do que a capacidade humana foi capaz de regulamentar esse uso, diversas reflexões são lançadas acerca desse processo nas rotinas jornalísticas.

7

<https://www.trust.org/wp-content/uploads/2025/01/TRF-Insights-Journalism-in-the-AI-Era.pdf>

⁸ [Jornalismos e Inteligência Artificial – Impacto para publishers brasileiros | Momentum | Journalism & Tech Task Force](#)

O segundo capítulo desta pesquisa se dedica à análise bibliográfica. Foram conferidos estudos e relatórios recentes nacionais e estrangeiros acerca do uso da inteligência artificial no jornalismo. Também buscou-se referências filosóficas acerca do debate que envolve o alinhamento do uso da IA com os valores do jornalismo. À luz de Adelmo Genro Filho⁹ que no Segredo da Pirâmide caracterizou o jornalismo como “um conhecimento cristalizado no singular”, essa transformação da forma de produção no jornalismo enseja questionamentos. Enquanto a inteligência artificial soma números infinitos de informações para escrever um texto, o jornalismo parte da particularidade para explicar o todo. São caminhos inversos que impactam a alma da contação de histórias e da prática jornalística. Essas questões trazidas, que vão desde a práxis até os impactos no mercado de trabalho e no campo autoral, ético e de mercado também são tratados no segundo capítulo.

O terceiro capítulo é reservado à exposição detalhada dos procedimentos metodológicos adotados nesta investigação. Considerando que a temática central deste estudo envolve o uso da inteligência artificial, optou-se por conferir atenção especial à explicitação dos métodos de pesquisa empregados. Dessa forma, busca-se garantir a transparência e a rigorosidade científica na condução do estudo, assegurando que os caminhos metodológicos estejam devidamente fundamentados e alinhados aos objetivos propostos.

Os estudos apontam que a transparência quanto ao uso da IA na produção de conteúdo é imprescindível. Sendo assim, essa pesquisa detalha em seus procedimentos metodológicos em quais atividades de apuração fez uso da IA e esboça as experiências que foram bem sucedidas e as deficiências encontradas no uso da tecnologia. Ainda como recurso de transparência, além da exposição da bibliografia nas referências deste trabalho (que é um item obrigatório da dissertação acadêmica) essa pesquisa detalha todas as fontes utilizadas em sua produção textual nas notas de rodapé como elemento extra de verificação da autenticidade dos conteúdos aqui expostos, dos autores e pesquisas realizadas.

Já o quarto capítulo é dedicado a responder ao problema desta pesquisa que traz a seguinte questão: como as empresas jornalísticas dizem que usam a inteligência artificial no Brasil? Com base em informações públicas, divulgadas pelas próprias empresas, buscou-se mapear como os veículos de mídia dizem que usam a inteligência artificial e o que se vê na prática. Para isso, foram mapeados os

⁹ [O segredo da pirâmide: \(para uma Teoria Marxista do Jornalismo\)](#) acessado em abril de 2025.

manuals brasileiros de IA e analisadas as abordagens quanto a aspectos elementares do debate que envolve o uso da inteligência artificial no jornalismo.

O mapeamento e a análise documental de manuais editoriais publicados por empresas jornalísticas brasileiras revelam-se estratégicos para examinar como essas organizações estão comunicando e regulamentando o uso da IA. Tal escolha metodológica, ancorada nos princípios da transparência editorial e da prática ética, permite lançar luz sobre a maneira como o jornalismo busca se adaptar e responder aos desafios impostos por sistemas automatizados, considerando as assimetrias tecnológicas, os impactos no mercado de trabalho e a reconfiguração da narrativa jornalística.

Com base na observação dos debates que envolvem o uso da IA no jornalismo, a bibliografia aqui apresentada e os aspectos basilares da Carta de Paris para o uso de IA¹⁰, foram elencados dez aspectos para análise dos manuais, são eles: 1) número de palavras para identificar a extensão do assunto dado pelo veículo de comunicação; 2) se a IA é elencada como ferramenta de suporte ao trabalho jornalístico; 3) os tipos de uso elencados no manual; 4) o compromisso com a capacitação; 5) as orientações sobre os riscos do uso da IA para o jornalismo; 6) as orientações específicas sobre o uso da IA para imagens; 7) a privacidade e a segurança dos dados; 8) a política de revisão humana dos conteúdos; 9) a transparência no uso e o item 10) a existência de um comitê de IA.

A escolha pelo mapeamento das instituições que publicaram diretrizes está alicerçada no princípio de que a publicação das políticas editoriais é elemento de transparência da atividade jornalística (CHRISTOFOLETTI et al., 2022)¹¹, que é um dos pilares da produção ética. Tendo como referência os parâmetros elencados por Gil (2002)¹² e com base no objetivo de pesquisa proposto e nas metodologias adotadas, essa pesquisa assume perfil exploratório e descritivo. Os métodos (descritos no capítulo 3) partem da pesquisa bibliográfica (capítulo 2) e documental com análise comparativa e qualitativa (capítulo 4). A escolha por uma abordagem

¹⁰ [Carte de Paris sobre IA e jornalismo_0.pdf](#)

¹¹

<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/238655/Transparencia%20o%20que%20e%20como%20se%20faz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

¹²

https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf

metodológica de natureza exploratória, descritiva e qualitativa se justifica pela complexidade e pela novidade do fenômeno investigado e dada a celeridade dessas mudanças sabe-se que este trabalho futuramente será um recorte histórico dos impactos da IA no jornalismo.

A decisão por investigar a aplicação da inteligência artificial no jornalismo é pautada no quanto estudar esse tema revela-se essencial frente às transformações estruturais que essas tecnologias vêm promovendo nos processos de produção, difusão e recepção de conteúdos informativos. Com a crescente incorporação de sistemas automatizados na geração, edição e curadoria de notícias, surgem implicações éticas, profissionais e sociais que desafiam os princípios fundamentais da prática jornalística, como a veracidade, a transparência e a responsabilidade social. Nesse contexto, a pesquisa acadêmica desempenha um papel crucial ao possibilitar uma compreensão crítica sobre os impactos da IA nas rotinas produtivas das redações, na autonomia dos jornalistas, nas dinâmicas de poder informacional e na relação entre mídia e público. Além disso, lança reflexões para o desenvolvimento de políticas institucionais, diretrizes regulatórias e marcos éticos que assegurem o uso responsável da IA, em consonância com os valores democráticos e o interesse público que são inerentes ao jornalismo.

CAPÍTULO 2

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SUAS TRANSFORMAÇÕES NO JORNALISMO

Todos os homens são mortais. Sócrates é homem. Portanto, Sócrates é mortal. Esse raciocínio é a base da lógica concebida pelo filósofo grego Aristóteles há mais de 2 mil anos. Séculos se passaram e a lógica está presente na formulação do raciocínio dedutivo das máquinas. Na contemporaneidade, a Ciência da Computação utiliza o mesmo mecanismo para treinar modelos na lógica computacional utilizada na Inteligência Artificial¹³, que funciona por meio de algoritmos que são projetados para simular processos cognitivos humanos.

A IA tem seu início oficial em 1956, na Conferência de Dartmouth, organizada por John McCarthy, que também cunhou o termo "Inteligência Artificial". Na proposta do evento, McCarthy, então professor de matemática na faculdade, afirmou que a conferência deveria “prosseguir com base na conjuntura de que todo aspecto do aprendizado ou qualquer outra característica da inteligência pode, em princípio, ser descrito com tanta precisão que uma máquina possa ser feita para simulá-lo.” (tradução nossa).¹⁴

Durante esse período, foram desenvolvidos os primeiros programas capazes de resolver problemas de lógica e matemática, entre eles o *Logic Theorist* e o *General Problem Solver*, considerados marcos iniciais na história da inteligência artificial. Além disso, houve avanços no desenvolvimento de robôs simples e de sistemas voltados para jogos, como o programa de damas criado por Arthur Samuel¹⁵, que foi pioneiro no uso de técnicas de aprendizado de máquina. Naquela época, havia um otimismo generalizado de que, em poucas décadas, as máquinas seriam capazes de igualar o raciocínio humano.

Nas décadas seguintes, o desenvolvimento dessa tecnologia passou por épocas de declínio. Na década de 1970 houve expressiva redução no investimento e no interesse pela área, pois havia uma discrepância entre as elevadas expectativas e os resultados concretos obtidos. Já na década de 1980 houve um período de renovado interesse com sistemas baseados em regras lógicas para simular a tomada de decisão humana. No final da década de 1980, há um novo período de

¹³ [Uma investigação sobre a ética aristotélica na inteligência artificial](#)

¹⁴ [Artificial Intelligence \(AI\) Coined at Dartmouth | Dartmouth](#)

¹⁵ [Um Sistema de Aprendizagem de Jogos de Damas | PDF | Rede neural artificial | Teoria do Jogo](#)

desconfiança com a IA em que os sistemas se mostraram onerosos e inflexíveis para aplicações em larga escala. A complexidade na manutenção e atualização dessas tecnologias, aliada à dificuldade de adaptação a contextos dinâmicos, resultou em uma diminuição significativa do interesse comercial. Como consequência, o mercado encolheu e os investimentos na área foram drasticamente reduzidos, levando a um novo período de estagnação no desenvolvimento da IA.

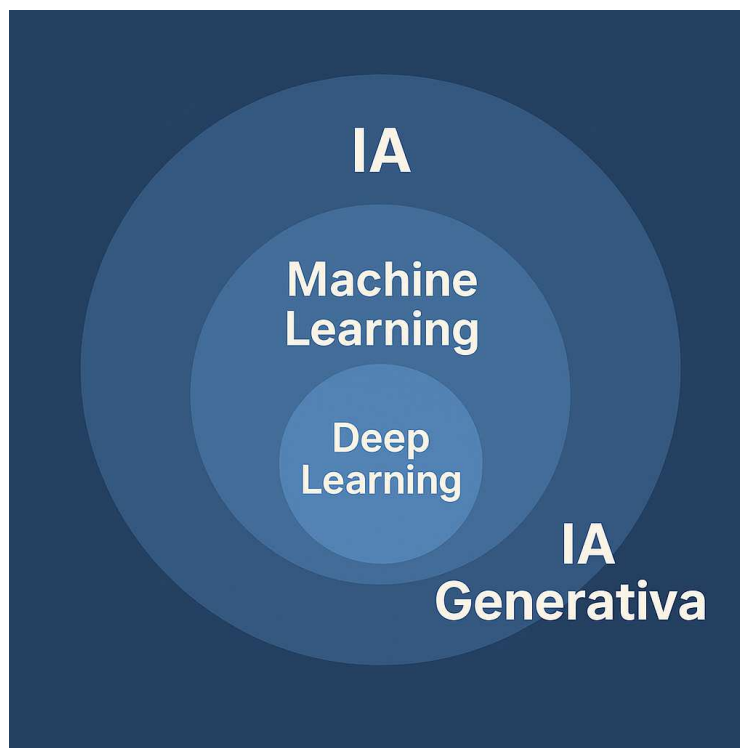
A partir dos anos de 1990 até os anos 2000, a inteligência artificial experimentou um renascimento com o surgimento do aprendizado de máquina, que se distanciou da abordagem baseada em regras fixas e passou a permitir que as máquinas aprendessem diretamente a partir de dados. Esse avanço foi possibilitado pelo aumento do poder computacional e pela disponibilização de grandes volumes de dados, elementos que tornaram viáveis novas técnicas e aplicações. Um marco significativo desse período ocorreu em 1997, quando o supercomputador Deep Blue da IBM derrotou o campeão mundial de xadrez, Garry Kasparov, representando um feito notável no campo da inteligência artificial e destacando o potencial dessas tecnologias para resolver problemas complexos em ambientes dinâmicos.

A partir de 2010, a inteligência artificial passou por uma revolução com o advento do *deep learning*, que é o aprendizado profundo, uma abordagem baseada em redes neurais artificiais que transformou significativamente o campo. O *deep learning* permite que os sistemas de IA realizem tarefas complexas, como o reconhecimento facial, a tradução de idiomas, a geração de imagens e até mesmo a conversação. Alguns marcos importantes dessa evolução incluem o desenvolvimento em 2012 da AlexNet, que é uma rede neural profunda que consolidou o *deep learning* como uma das principais abordagens da IA moderna. Outro avanço significativo ocorreu em 2016, quando o programa AlphaGo, desenvolvido pela DeepMind, derrotou o campeão mundial de Go, um jogo altamente complexo que é considerado mais desafiador que o xadrez devido a sua enorme quantidade de combinações possíveis.

Já na década de 2020, houve uma verdadeira explosão da IA generativa, com o surgimento de sistemas como ChatGPT, DALL·E, Midjourney e outros, capazes de gerar textos, imagens, músicas e vídeos, ampliando consideravelmente as aplicações da IA em diversas áreas da sociedade. Os experimentos feitos na IA generativa impressionam e levam ao questionamento da capacidade das máquinas de reproduzir o pensamento humano. A IA contemporânea possui um grau de

processamento tão elevado de informações através de técnicas como *machine learning* e *deep learning* que cada vez mais se assemelham ao intelecto dos seres humanos.

FIGURA 1 - Avanço da inteligência artificial



Fonte: feito no ChatGPT pela autora.

A imagem apresentada ilustra a relação conceitual entre inteligência artificial, aprendizado de máquina, aprendizado profundo e inteligência artificial generativa, utilizando círculos para representar a hierarquia e a interdependência entre esses campos. A inteligência artificial constitui o domínio mais abrangente, englobando todas as técnicas e abordagens voltadas ao desenvolvimento de sistemas computacionais capazes de simular aspectos da cognição humana, como a tomada de decisão, o reconhecimento de padrões e a resolução de problemas. No interior desse campo encontra-se o aprendizado de máquina (*machine learning*), um subconjunto da IA que se baseia em algoritmos capazes de identificar padrões e extrair conhecimento a partir de dados, sem depender de instruções explícitas. Inserido no escopo do aprendizado de máquina, o aprendizado profundo (*deep learning*) corresponde a um conjunto de técnicas que utilizam redes neurais artificiais

com múltiplas camadas para lidar com tarefas de alta complexidade, como o processamento de linguagem natural e o reconhecimento de imagens e sons. Por fim, a inteligência artificial generativa, embora não componha uma camada hierárquica inferior, relaciona-se diretamente ao aprendizado profundo, uma vez que se apoia nessas redes neurais para gerar novos conteúdos, como textos, imagens e códigos, a partir de padrões aprendidos. A imagem, que foi gerada através da inteligência artificial generativa do ChatGPT, representa não apenas uma classificação técnica, mas também uma linha evolutiva e é um exemplo claro do quanto a inteligência artificial generativa é capaz de revolucionar a produção de conteúdo.

2.1 IA NO JORNALISMO

No jornalismo, a IA tem sido incorporada em diversas etapas do processo de produção, desde tarefas simples até a automação da coleta de dados e produção de narrativas estruturadas, impactando a maneira como notícias são investigadas e consumidas. A tese de doutorado de Marcelo Barcelos (2019)¹⁶ mapeou nove temáticas que envolvem o uso da IA no jornalismo, são elas:

1) automação de notícias; 2) interferência e redesenho do processo de apuração e produção do jornalismo, isto é, em suas rotinas produtivas; 3) novas formas de influência na mediação jornalística a partir de bots agentes em comentários de notícias que filtram, liberam ou barram determinadas expressões e enunciados; 4) novas experiências no âmbito da distribuição e do consumo do jornalismo a partir de artefatos/dispositivos inteligentes; 5) na seleção de temas que os leitores querem e devem acessar, segundo a lógica computacional vigente da IA, extraídos de metadados das próprias audiências ativas; 6) auxílio e/ou interferência nas rotinas produtivas 7) precarização da atividade profissional do jornalista, ampliando o temor da substituição humana; 8) novos formatos possíveis a partir de notícias —conversacionais, onde já é possível dialogar com vozes jornalísticas informacionais; e 9) novos atores no ecossistema jornalístico como agentes automatizados e robôs, sejam materializados na forma de algoritmos —invisíveis ou representados por robôs humanoides, que atuam em diferentes suportes midiáticos, em alguns casos, até no lugar de um apresentador, âncora ou redator humano. (Barcelos, 2019, p.148).

A história do uso da IA na produção de conteúdo começa já no início do uso de computadores e banco de dados nas práticas jornalísticas. Na década de 1960 os

¹⁶ [Um olhar no jornalismo do futuro a partir da internet das coisas \(iot\) e inteligência artificial \(ai\): prospecções científicas e os desafios tecnológicos nas redações](#)

primeiros casos de processamento de linguagem natural (PNL), sistema em que as máquinas são treinadas para entender, interpretar e gerar linguagem humana, foram criados com o objetivo de analisar textos e identificar padrões, estabelecendo a base para futuras aplicações jornalísticas, especialmente em sistemas de busca e organização de informações. Já nas décadas de 1980 e 1990, a computação se tornou mais acessível e sofisticada, e surgiram os primeiros sistemas de automação editorial, que auxiliaram na organização e estruturação de informações. A IA começou a ser aplicada para gerar relatórios financeiros automáticos, especialmente para cobrir resultados empresariais, baseados em dados numéricos e padrões previsíveis, um precursor importante das tecnologias que moldaram o jornalismo automatizado nas últimas décadas.

Nos anos 2000, a inteligência artificial passou a desempenhar um papel mais direto e significativo na produção de conteúdo jornalístico, impulsionada pela aceleração da internet, a popularização das redes sociais e a crescente proliferação de dados. Esse período marcou o início de uma nova era no jornalismo, na qual as inovações tecnológicas se entrelaçaram com práticas jornalísticas tradicionais, criando novas formas de produção e distribuição de notícias. A partir de 2000, o uso de algoritmos para personalização de conteúdo e a geração automática de texto começaram a ganhar força. Jornais e sites de notícias passaram a adotar a IA para automatizar a criação de resumos de textos e artigos.

Também nos anos 2000, o conceito de jornalismo de dados se consolidou, utilizando IA para coletar, organizar e visualizar grandes volumes de informações, proporcionando aos jornalistas ferramentas mais eficazes para analisar e comunicar questões complexas. Durante o mesmo período, os algoritmos de recomendação se tornaram amplamente empregados para personalizar a experiência do usuário, adaptando o conteúdo de notícias ao perfil e comportamento de navegação de cada indivíduo, o que transformou a maneira como o público interage com a mídia digital.

Na década seguinte, nos anos 2010, a inteligência artificial passou por uma transformação profunda no jornalismo, com o surgimento de ferramentas sofisticadas voltadas para a automação de tarefas e a melhoria da cobertura de notícias. Durante essa década, ferramentas como o Wordsmith foram aprimoradas para gerar automaticamente textos baseados em dados, permitindo a criação de artigos de maneira mais rápida e eficiente. Veículos como The Washington Post e The Associated Press começaram a adotar IA para produzir conteúdos relacionados

a temas como finanças, esportes e resultados de eleições. Plataformas como o Google News ampliaram o uso da IA para personalizar a experiência do usuário, filtrando e recomendando conteúdos de acordo com os interesses e comportamentos de navegação dos leitores. Além disso, a IA passou a ser aplicada na verificação de fatos, com o desenvolvimento de ferramentas automatizadas que auxiliam os jornalistas na checagem de declarações e fontes, comparando informações divulgadas com dados verificáveis. Esse período marcou, assim, a consolidação de novas práticas tecnológicas que transformaram a produção e a distribuição de notícias no jornalismo contemporâneo. As ferramentas de IA se tornaram mais refinadas, com sistemas capazes de analisar e gerar conteúdo em uma ampla variedade de formatos, incluindo artigos, vídeos e podcasts. Conforme descreve Bradshaw (2023)¹⁷, a aplicação de técnicas automatizadas foi essencial para lidar com a quantidade de dados, ampliando a capacidade dos jornalistas de identificar relações significativas e produzir narrativas baseadas em evidências com maior rapidez e precisão.

No âmbito do jornalismo investigativo, a inteligência artificial (IA) tem se consolidado como ferramenta fundamental para lidar com grandes volumes de dados e desvendar estruturas complexas de poder e finanças. A investigação Panama Papers, conduzida em 2016 pelo Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos (ICIJ), foi um marco nesse processo. Com o auxílio de algoritmos de aprendizado de máquina e técnicas de reconhecimento de entidades nomeadas, foi possível organizar e analisar 11,5 milhões de documentos vazados do escritório de advocacia Mossack Fonseca, permitindo identificar conexões entre indivíduos, empresas de fachada e paraísos fiscais (DIAKOPOULOS, 2019)¹⁸. Esse modelo foi ainda mais robusto na operação dos Pandora Papers, publicada em outubro de 2021, que envolveu a análise colaborativa de 11,9 milhões de arquivos confidenciais por mais de 600 jornalistas em 117 países. A utilização de IA foi essencial para processar dados não estruturados, automatizar a extração de padrões, realizar análise de rede e mapear estruturas financeiras ocultas. Ferramentas como GraphCommons, Neo4j e motores de busca semântica auxiliaram na organização e visualização das relações entre chefes de Estado, empresários, políticos e

¹⁷ <https://leanpub.com/DataJournalismHeist>

¹⁸ <https://www.hup.harvard.edu/books/9780674976986>

celebridades globais (ICIJ, 2021)¹⁹. Nesses contextos, a inteligência artificial não apenas acelerou o processamento técnico, como também se mostrou estruturante na arquitetura da investigação transnacional.

A partir de 2020, a inteligência artificial consolidou-se como um recurso estratégico no jornalismo contemporâneo assumindo um papel central na produção de conteúdo. Redações como as da Reuters e do The Washington Post passaram a explorar o potencial desses modelos na elaboração de rascunhos de reportagens, geração de títulos, produção de resumos e tradução multilíngue automatizada, bem como no apoio a tarefas de checagem de fatos e sistematização de dados provenientes de fontes públicas. Paralelamente, iniciativas de veículos como The Guardian e BBC têm buscado integrar modelos de IA a sistemas de personalização de conteúdo e atendimento ao leitor, com vistas a promover maior engajamento e eficiência nas interações digitais.

2.1.1 IA generativa no jornalismo

A popularização do uso da inteligência artificial generativa, que é voltada para criar novos conteúdos, como imagens, textos, músicas, ofereceu um novo momento para o jornalismo. A IA generativa ampliou significativamente as possibilidades criativas e automatizadas em diversas áreas, ao transformar dados de entrada em produções originais e contextualizadas. (Goodfellow et al., 2016).²⁰ Essa evolução foi intensificada com o lançamento do ChatGPT, em 30 de novembro de 2022, desenvolvido pela OpenAI. A ferramenta, baseada em modelos generativos de linguagem natural do tipo Generative Pre-trained Transformer (GPT), obteve adesão massiva, ultrapassando a marca de 500 mil downloads em menos de uma semana após sua disponibilização para dispositivos iOS nos Estados Unidos. Em 2024, o ChatGPT alcançou 200 milhões de usuários ativos mensais, posicionando-se como uma das aplicações de IA mais influentes da atualidade (OpenAI, 2024)²¹.

O ChatGPT representa uma tecnologia de inteligência artificial emergente cujo uso, particularmente no jornalismo, ainda carece de amadurecimento e validação por meio de experimentações sistemáticas. Como ocorre com outras

¹⁹ [Pandora Papers - ICIJ](#)

²⁰

[http://alvarestech.com/temp/deep/Deep%20Learning%20by%20Ian%20Goodfellow,%20Yoshua%20Bengio,%20Aaron%20Courville%20\(z-lib.org\).pdf](http://alvarestech.com/temp/deep/Deep%20Learning%20by%20Ian%20Goodfellow,%20Yoshua%20Bengio,%20Aaron%20Courville%20(z-lib.org).pdf)

²¹ [ChatGPT and OpenAI Statistics \(2025\)](#)

inovações tecnológicas, sua consolidação no campo comunicacional depende não apenas do tempo de aplicação, mas também do envolvimento ativo de profissionais na testagem e no aperfeiçoamento da ferramenta. A atual gratuidade e acessibilidade do ChatGPT favorecem sua disseminação, mas há incertezas quanto ao modelo de negócios futuro da OpenAI, o que pode impactar diretamente sua utilização em larga escala, especialmente diante de eventuais mudanças em políticas de monetização. Quanto maior a adoção por usuários especializados, maior será o aporte de dados sobre limitações, erros e bugs, o que poderá contribuir significativamente para o aprimoramento contínuo do sistema. (BALDESSAR; PINTO, 2023).²²

Conforme Berti (2023)²³, que estudou o impacto do ChatGPT na elaboração das pautas, essa ferramenta representa uma transformação significativa no campo do jornalismo e tende a impactá-lo de forma contínua, seja em contextos locais, regionais ou, especialmente, no âmbito nacional. No entanto, é importante destacar que nenhuma tecnologia de inteligência artificial será capaz de eliminar ou substituir por completo os instrumentos fundamentais de mediação jornalística, como a definição de pautas. O elemento central desse processo permanece sendo o fator humano, cuja trajetória histórica, capacidade crítica e sensibilidade continuam essenciais para orientar o uso dessas ferramentas nas rotinas profissionais das redações e assessorias de comunicação. Dessa forma, a pauta mantém-se como um ponto de partida indispensável para o desenvolvimento de debates e práticas jornalísticas relevantes, constituindo-se como base para um jornalismo reflexivo e alinhado aos desafios contemporâneos.

Apesar dos resultados dos conteúdos produzidos pela inteligência artificial generativa, a verificação humana sempre é apontada como imprescindível. Entre inúmeras possibilidades de uso, essa tecnologia vem sendo aplicada na análise de conteúdos em redes sociais para identificação de discursos, padrões de polarização e comportamentos dos usuários em ambientes de comentários. Por meio de ferramentas baseadas nessa tecnologia, torna-se possível extrair tanto métricas quantitativas quanto qualitativas, além de identificar níveis de toxicidade, emoções predominantes e estruturas discursivas recorrentes entre os interlocutores. É o caso

²² [Vista do Inteligência Artificial no jornalismo: primeiras impressões sobre o uso do ChatGPT](#)

²³ [Vista do ChatGPT e a transformação nas pautas jornalísticas](#)

de pesquisa²⁴ realizada a partir da análise de mais de 20 mil comentários no Twitter relacionados ao termo "Lula", em abril de 2023 em que foi possível observar as dinâmicas discursivas e os efeitos de polarização desencadeados por declarações do presidente do Brasil sobre a Guerra na Ucrânia, feitas durante compromissos internacionais. Como conclusão, a pesquisa mostrou que embora a IA se mostre uma aliada valiosa na análise de epistemologias jornalísticas contemporâneas, sua eficácia depende da mediação humana especialmente no domínio do contexto e na formulação de prompts apropriados, que direcionem a IA na realização de investigações aprofundadas em grandes volumes de dados. (CABRAL E PAULINO, 2025).

2. 2 DISCUSSÕES ÉTICAS, MERCADOLÓGICAS, PROFISSIONAIS E COMUNICACIONAIS

A inteligência artificial já é uma parte significativa do jornalismo. Seu impacto futuro é incerto, mas sabe-se que a IA tem o potencial de influenciar amplamente e de forma profunda a maneira como o jornalismo é produzido e consumido. (BECKETT, 2019).²⁵ À medida que a IA se torna mais integrada ao jornalismo surgem impactos substanciais. Se, por um lado, essas tecnologias oferecem novas possibilidades de produção e distribuição de conteúdo, por outro, impõem desafios complexos. Discutir essas questões é fundamental para compreender os rumos da profissão e assegurar que a inovação tecnológica caminhe lado a lado com os princípios fundamentais da prática jornalística. As pesquisas acadêmicas acerca da IA têm mostrado variedade de temas, incluindo a desinformação, a importância da intervenção humana no jornalismo, as transformações no setor e as competências exigidas. (IOSCOTE, 2023)²⁶.

2.2.1 A transformação profissional e dos processos de produção e consumo de informação

Artigo da Folha de São Paulo de 7 de junho de 2025²⁷ crava que a “IA é um dos acontecimentos mais importantes do audiovisual brasileiro em muito tempo”. O

²⁴ [Visualização de O potencial da Inteligência Artificial Generativa no Jornalismo: Novas perspectivas para análise de dados nas plataformas de mídias sociais](#)

²⁵ <https://www.journalism.ai/info/research/2019-new-powers-new-responsibilities>

²⁶ [Vista do Jornalismo e IA: tendências globais e latino-americanas em artigos científicos \(2018-2022\)](#)

²⁷ [Marisa Maiô conquistou o Brasil; quem é o dono? - 07/06/2025 - Ronaldo Lemos - Folha](#)

texto analisa um fenômeno recente nas redes sociais que viralizou ao satirizar o jornalismo em vídeo. A produção, feita com IA, criou cenas realistas de uma apresentadora vestida de maiô que conduz entrevistas e atividades televisivas inusitadas, irreais e hilárias como o caso de uma mulher que ensina a trair o marido e outras que precisam entregar o filho para adoção caso percam uma competição. A chamada Marisa Maiô é carismática e sua existência (irreal) desafia a produção jornalística.

FIGURA 2 - Marisa Maiô gerada por IA



Fonte: Reprodução - Folha de São Paulo

Segundo a apuração de Ronaldo Lemos da Folha de SP, a apresentadora fictícia foi criada por meio de inteligência artificial pelo artista Raony Phillips que usou a plataforma Veo 3, recém-lançada pelo Google. Na visão de Lemos, Marisa Maiô é “ao mesmo tempo uma carta de amor à televisão e o arauto de que nada mais será como antes”. Segundo o autor, a IA gerou uma forma de democratização na produção de conteúdo.

Marisa nasceu porque a inteligência artificial democratiza habilidades antes restritas. Muita gente tem boas ideias para um desenho, mas não sabe desenhar. Tem boas ideias para uma música, mas não toca nenhum instrumento. Tem boas ideias para a TV, mas não tem um estúdio ou dinheiro para produzir. Com seu trabalho, Raony mostra que tudo mudou. Usando uma IA, ele conseguiu renovar a velha fórmula dos programas de auditório que continuava igual havia décadas.

Criou uma proposta nova, ousada e eletrizante. (RONALDO LEMOS, 2025).

Além de fazer sátira, Marisa Maiô inova ao sair do padrão estabelecido pela própria IA. Tendo em vista que as experiências de apresentadores desenvolvidos pela inteligência artificial se valem dos próprios modelos já existentes e costumam reproduzir os mesmos padrões (Silva e Piccinin, 2024)²⁸, Raony Phillips optou por desconstruir o modelo convencional e para isso precisou escrever os roteiros se valendo da tecnologia para a produção de imagens realistas e não da criação do conteúdo em si. É um exemplo de criatividade aplicada que ao mesmo tempo causa arrepios do quanto a televisão pode ser afetada com essas criações de alto nível e com grande capacidade de atração do público feitas de forma caseira.

No relatório *New Powers, New Responsibilities A Global Survey of Journalism and Artificial Intelligence* de 2019²⁹, que investigou 71 empresas jornalísticas de 32 países, incluindo o Brasil, ficou evidente que a transformação no conteúdo gerado pela IA está ocorrendo de forma intensa enquanto o jornalismo, profissionais, gestores e empresários, entendem como lidar com esse movimento.

No estudo, a percepção sobre a prontidão institucional se mostrou dividida. Metade das organizações se considerava preparada, enquanto a outra metade ainda estava em fase inicial de planejamento ou implementação. Pequenas redações expressaram preocupação em não conseguir acompanhar o ritmo das maiores, o que é um alerta para a ampliação das desigualdades estruturais no setor jornalístico.

A pesquisa também mostrou a transformação ocorrida com a introdução da IA acerca das funções e fluxos de trabalho nas redações, mais por meio da adaptação de funções existentes do que pela criação de novos cargos específicos. Tarefas tradicionais se mostraram ressignificadas, com novas demandas e formas de atuação.

O estudo indicou que os principais obstáculos à adoção da IA foram a limitação de recursos financeiros (27%) e a carência de competências técnicas (24%). Ademais, aspectos culturais, como resistência à mudança, receio de substituição de postos de trabalho e desconfiança frente à nova tecnologia, foram apontados por 24% dos respondentes. A ausência de conhecimento organizacional

²⁸ <https://revistas.unama.br/index.php/asasdapalavra/article/view/3393>

²⁹ <https://www.journalismai.info/research/2019-new-powers-new-responsibilities>

sobre IA (19%) e a falta de visão estratégica da gestão (17%) também foram destacados como entraves significativos.

Outros desafios como complexidade e os custos envolvidos no desenvolvimento e manutenção das soluções de IA também foram mencionados. A análise dos dados permitiu identificar a ausência de planejamento estratégico consistente em muitas organizações.

Outro estudo revelador, o *Generative AI & Journalism - Content, Journalistic Perceptions, and Audience Experiences* publicado em fevereiro de 2025³⁰, ressalta os riscos e as oportunidades da IA no jornalismo, ao mesmo tempo e também reforça a importância de recomendações de melhores práticas para o uso seguro, responsável e ético da IA. O documento reúne seis pesquisas e ações realizadas ao longo de um período de três anos (2022–2024), com base em trabalho de campo em sete países (Austrália, Alemanha, EUA, Reino Unido, Noruega, Suíça e França).

O relatório tem como foco a inteligência artificial no jornalismo dentro de três domínios amplos: conteúdo gerado por IA no jornalismo, percepções e uso da IA por jornalistas no exercício da profissão, e percepções e reações do público em relação ao uso dessa tecnologia no jornalismo.

O estudo identificou nove pontos-chave relacionados ao uso da inteligência artificial no jornalismo. Primeiramente, constatou-se na pesquisa que a IA pode apresentar diversos tipos de viés, incluindo os de gênero, raça, classe social e meio ambiente, o que influencia tanto a representação dos papéis jornalísticos quanto o conteúdo produzido. Além disso, as ferramentas de inteligência artificial não costumam apresentar clareza sobre o funcionamento de seus algoritmos, o que dificulta que os profissionais da mídia compreendam seu funcionamento. A falta de transparência sobre as fontes dos dados e o modo como os algoritmos operam representa um desafio para o jornalismo, que tradicionalmente valoriza a verificabilidade, a autenticação e a clareza nos processos. As atividades com ferramentas de IA que tornam suas decisões compreensíveis, divulgam as origens dos dados utilizados e demonstram transparência sobre seu uso e resultados representam um risco menor para os jornalistas do que aquelas ferramentas que não adotam essas práticas de transparência.

30

https://www.researchgate.net/publication/389044239_Generative_AI_Journalism_Content_Journalistic_Perceptions_and_Audience_Experiences

O estudo também indica que os jornalistas demonstram maior conforto em utilizar a IA para a criação de ilustrações não realistas do que para substituir ou complementar imagens reais, capturadas por câmeras. Na pesquisa, os participantes demonstraram maior familiaridade e conforto com a utilização da inteligência artificial visual em determinadas áreas da redação, como reportagens especiais, design e editoriais, em comparação com a aplicação em notícias propriamente ditas. Ademais, eles acreditavam que redações menores e com recursos limitados tenderiam a empregar a IA de formas mais arriscadas e com maiores desafios éticos do que redações maiores e mais bem estruturadas. Entretanto, o relatório aponta que essa suposição não se confirma de maneira absoluta, uma vez que tanto veículos de grande quanto de pequeno porte têm experimentado a IA de modos que, por vezes, são bastante expostos ao público e voltados para o engajamento da audiência.

A pesquisa ilustra esse aspecto com a exposição de dois casos de uso de IA, um de veículo de pequeno porte (Halls Creek Herald) e de grande porte (Daily Telegraph), conforme mostra a figura extraída do relatório:

FIGURA 3 - Capas de jornal extraídas de relatório



Fonte: figura extraída do relatório Generative AI & Journalism - Content, Journalistic Perceptions, and Audience Experiences

No estudo, tanto jornalistas quanto o público manifestam preocupações quanto ao potencial da IA para gerar ou editar conteúdos enganadores ou que induzam ao erro. As entrevistas indicaram que os jornalistas, em geral, não estão devidamente capacitados para reconhecer conteúdos gerados ou editados por IA.

Além disso, são poucos os veículos que contam com protocolos sistemáticos para a verificação de materiais visuais oriundos de usuários ou comunidades. Outro dado relevante é o desconhecimento generalizado sobre a crescente incorporação de ferramentas de IA em câmeras, softwares de edição e de processamento de imagens e vídeos. Como consequência, a inteligência artificial pode ser empregada na produção jornalística sem que os próprios profissionais ou as organizações de mídia estejam cientes de sua utilização.

Também há apreensão sobre os impactos da IA generativa no trabalho humano, nas habilidades profissionais e nas estruturas sociais mais amplas. Os profissionais da imprensa manifestaram receio quanto à possibilidade de demissões, além do uso da inteligência artificial como argumento para promover novos cortes de pessoal em contraste com a postura geralmente mais favorável das lideranças, que demonstram maior disposição para testar e implementar tecnologias de IA nas redações. Já o público demonstrou desconfiança em relação à qualidade do jornalismo gerado ou editado por IA, considerando-o inferior ao conteúdo produzido por seres humanos. Entre as críticas recorrentes está a ausência de atributos tipicamente humanos, como empatia, flexibilidade, senso de humor e sensibilidade. Outra preocupação recorrente entre os entrevistados foi a de que a automação possa reduzir o número de jornalistas empregados, o que poderia comprometer o papel fundamental da imprensa na fiscalização do poder e na preservação dos valores democráticos.

O estudo revelou que, no momento das entrevistas, poucas organizações de mídia possuíam políticas estabelecidas para o uso da IA generativa. As organizações que possuíam políticas geralmente mantinham-nas restritas ao ambiente interno ou divulgavam apenas princípios públicos que careciam de orientações concretas para o uso cotidiano. A pesquisa indica que tanto os jornalistas quanto o público desejam que os veículos de comunicação tenham políticas específicas sobre o uso da inteligência artificial e, sempre que possível, que essas políticas sejam padronizadas em todo o setor, a fim de garantir consistência e fortalecer a confiança do público no jornalismo. Os organizadores do relatório indicam que concordam que é fundamental que as organizações jornalísticas estabeleçam diretrizes claras sobre o uso de IA e incentivam as lideranças das redações a se basearem em pesquisas acadêmicas ou em modelos já existentes de políticas de IA ao refletirem sobre a elaboração de suas próprias abordagens.

A transparência sobre quando e como a IA é empregada na produção jornalística é considerada essencial por jornalistas e público, conforme aponta o relatório. Os pesquisados afirmaram que desejam que o contexto relacionado ao uso de inteligência artificial seja claramente comunicado logo no início do conteúdo jornalístico. Eles também manifestaram interesse em saber a proporção do uso de IA na geração ou edição do conteúdo e preferem que os rótulos informativos apareçam sempre no mesmo local. Além disso, os entrevistados defenderam que esses rótulos estejam incorporados no próprio conteúdo, e não ao lado dele; sugeriram ainda a adoção, pela indústria, de um símbolo universal que indique quando o conteúdo foi gerado ou editado por IA.

A pesquisa também apontou que apenas uma minoria dos entrevistados demonstrou confiança de que havia encontrado conteúdo jornalístico gerado ou editado por inteligência artificial, o que dá indícios de uma sofisticação dos métodos de emprego ou fragilidade na diferenciação da autenticidade ao mesmo tempo que alerta para a importância da transparência. Outro apontamento do estudo é que os entrevistados demonstraram maior conforto com o uso de ferramentas ou processos de IA no jornalismo quando eles próprios tinham experiência direta com essas ferramentas. Por fim, o estudo ressalta a necessidade urgente de diretrizes éticas claras para o uso seguro, responsável e ético da IA no jornalismo, incluindo o desenvolvimento de políticas organizacionais, capacitação adequada e o engajamento de todas as partes interessadas.

A IJNet (International Journalists' Network)³¹ mapeou em maio de 2025 e aponta quatro áreas críticas de risco associadas ao uso da inteligência artificial no jornalismo: vigilância e intimidação, desinformação via deepfakes, censura automatizada e impactos econômicos nas redações. O uso de IA para vigiar e coagir jornalistas tem se intensificado. Bots e algoritmos são empregados para assediar comunicadores e opositores com desinformação, enquanto ferramentas como reconhecimento facial e rastreamento digital são utilizadas por governos para reprimir a atuação crítica da imprensa. Embora práticas de vigilância já existissem, como o uso do software Pegasus em 2021, a IA torna esses métodos mais eficientes e abrangentes, elevando os riscos para quem cobre temas sensíveis.

Outro desafio é a propagação de desinformação por deepfakes, que manipulam vídeos, imagens e áudios com alto realismo, dificultando a verificação e

³¹ [IA e liberdade da mídia: uma faca de dois gumes | Rede de Jornalistas Internacionais](#)

confundindo o público. A IJNet alerta que, à medida que a tecnologia avança, torna-se mais difícil distinguir o conteúdo verdadeiro do fabricado, o que afeta tanto a credibilidade jornalística quanto a segurança dos profissionais. A censura automatizada também preocupa, especialmente em regimes autoritários, que utilizam algoritmos para remover rapidamente conteúdos considerados politicamente sensíveis. Esse tipo de repressão digital, como exemplificado pelo "Grande Firewall" da China, acontece em escala e velocidade que dificultam respostas da sociedade, enfraquecendo o debate público e a imprensa independente. Por fim, há impactos econômicos decorrentes da automação no setor. Redações com poucos recursos adotam IA para gerar e editar conteúdo, o que pode levar à perda de empregos e à redução do jornalismo investigativo.

Pesquisa do Pew Research Center (2024), citada pela IJNet, mostra que 59% dos americanos preveem menos vagas para jornalistas nos próximos 20 anos, o que pode comprometer a diversidade informativa. Diante disso, a IJNet defende a criação de marcos regulatórios e éticos que envolvam governos, sociedade civil, empresas de tecnologia e organizações jornalísticas para proteger a liberdade de imprensa e assegurar o acesso a informações confiáveis na era digital³².

O artigo "How We're Using AI" publicado na Columbia Journalism Review³³, examina a incorporação da inteligência artificial nas rotinas diárias de jornalistas norte-americanos. Nos relatos, os jornalistas detalham como utilizam a IA e suas percepções sobre o uso. Cabe destacar a fala de Zach Seward, do The New York Times, que defende o uso criterioso da IA como ferramenta complementar, sem substituição da análise e da curadoria humanas.

"É uma ferramenta poderosa quando combinada com a expertise tradicional em reportagem e programação. (...) A IA por si só é um truque de salão. Como todo software, é útil somente quando combinada com dados devidamente estruturados e alguém que saiba o que está fazendo. Visões do nosso futuro agêntico podem um dia se tornar realidade, mas, no momento, o que vejo são muitos aplicativos de consumo que não funcionam, recursos que existem apenas em comerciais e assistentes que eu só uso por engano". (ANANNY & PEARCE, 2025).

Gina Chua, editora executiva do [Semafor](#), site de notícias norte-americano, explora o uso de modelos de linguagem para categorizar informações e apresentar

³² [IA e liberdade da mídia: uma faca de dois gumes | Rede de Jornalistas Internacionais](#)

³³ [How We're Using AI - Columbia Journalism Review](#)

conteúdos de forma mais acessível, além de desenvolver ferramentas que otimizam fluxos de trabalho. Nicholas Thompson, CEO da [The Atlantic](#), revista literária norte-americana, utiliza IA como assistente de pesquisa, mas se posiciona contra sua aplicação na escrita autoral, destacando preocupações éticas e de direitos autorais. Já Emilia David, repórter do site de tecnologia norte-americano [VentureBeat](#), emprega a IA para tarefas operacionais como transcrição e resumo de textos técnicos, porém ressalta a importância da mediação humana na produção de conteúdo jornalístico. Os relatos apontam que embora a IA amplie possibilidades no campo jornalístico, sua adoção exige reflexão crítica, salvaguardas éticas e compromisso com a integridade profissional.

Uma pesquisa conduzida pelo Pew Research Center³⁴ de agosto de 2024 revela uma percepção predominantemente negativa dos norte-americanos em relação ao impacto da inteligência artificial (IA) sobre o jornalismo. Para a maioria dos entrevistados, o avanço da IA implicará consequências adversas tanto para os profissionais da área quanto para a qualidade da informação veiculada ao público.

Os dados demonstram que 59% dos respondentes acreditam que a IA levará à redução de postos de trabalho jornalísticos nos próximos 20 anos. Apenas 5% esperam um aumento no número de empregos, enquanto 17% não prevêem alterações significativas e 19% não souberam opinar. Em termos qualitativos, 50% dos entrevistados projetam que a aplicação da IA nas redações resultará em um impacto negativo sobre o conteúdo produzido, sendo que 24% consideram esse efeito "muito negativo" e 26% o classificam como "um tanto negativo". Em contrapartida, apenas 10% veem perspectivas positivas, enquanto 23% antecipam efeitos mistos e 16% não expressaram uma opinião clara.

A pesquisa também aborda a percepção sobre a competência da IA na produção de notícias. Para 41% dos participantes, a qualidade dos textos gerados por sistemas automatizados seria inferior à dos produzidos por jornalistas humanos. Já 19% acreditam que a IA teria desempenho superior e 20% avaliam que ambos desempenhariam funções similares. A confiança na precisão das informações geradas por IA é baixa: 66% manifestaram alta preocupação com a possibilidade de disseminação de dados incorretos e 26% indicaram preocupação moderada.

34

<https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/04/28/americans-largely-foresee-ai-having-negative-effects-on-news-journalists/>

Diferenças partidárias pouco alteram esse panorama. Tanto republicanos quanto democratas demonstram níveis semelhantes de preocupação quanto aos efeitos da IA sobre o jornalismo. Por exemplo, 54% dos republicanos e 49% dos democratas antecipam consequências negativas, enquanto 67% dos primeiros e 68% dos segundos estão altamente preocupados com a desinformação gerada por esses sistemas.

O nível de escolaridade, no entanto, mostra-se um fator mais decisivo nas avaliações. Indivíduos com formação superior apresentam maior ceticismo em relação ao uso da IA no jornalismo. Entre os que possuem diploma universitário, 56% preveem efeitos negativos, enquanto esse número é de 54% entre aqueles com ensino superior incompleto e de 44% entre os que não cursaram ensino superior. Da mesma forma, quanto maior o nível educacional, mais comum é a percepção de que a IA desempenha uma função inferior à dos jornalistas na produção de conteúdo informativo. A pesquisa aponta que o público norte-americano vê com reservas o avanço da inteligência artificial no campo jornalístico, especialmente no que tange à preservação de empregos e à credibilidade da informação. O cenário delineado exige reflexão crítica sobre os desafios éticos, profissionais e sociais que envolvem a adoção de tecnologias automatizadas nas práticas de apuração e divulgação de notícias.

O artigo da International News Media Association (INMA), publicado em 16 de abril de 2025, analisa os impactos da inteligência artificial generativa na transformação da experiência de consumo de notícias, destacando seu papel na promoção de uma personalização dinâmica do conteúdo jornalístico. A discussão ocorreu no âmbito da *Master Class* sobre GenAI organizada pela própria INMA, que contou com a participação de representantes de organizações como Time Magazine, JP/Politikens Group, The Telegraph, Scroll.in e Google Labs. Durante o evento, foram apresentados estudos de caso que ilustram a aplicação prática da inteligência artificial na criação de experiências jornalísticas mais interativas e adaptadas às preferências individuais dos usuários.

Dentre os exemplos destacados, observa-se a solução da Scroll.in, que desenvolveu um “controle de contexto”, possibilitando aos leitores ajustar a profundidade e a complexidade das informações de acordo com seu conhecimento prévio ou nível de interesse. O Google Labs apresentou uma ferramenta experimental que permite aos usuários modificar dinamicamente a extensão das

matérias jornalísticas, variando entre o conteúdo integral e resumos de apenas duas palavras por meio de uma barra deslizante.

Já a revista Time introduziu uma funcionalidade baseada em IA que possibilita aos leitores interagir com a personalidade eleita como “Pessoa do Ano”, inclusive por meio de conversas por voz em múltiplos idiomas, ampliando substancialmente o engajamento do público. No caso do grupo dinamarquês JP/Politikens, a adoção da inteligência artificial tem sido conduzida de forma criteriosa, visando equilibrar inovação tecnológica e integridade editorial. As soluções são desenvolvidas por meio de uma colaboração estreita entre equipes técnicas e redações, com vistas à manutenção dos princípios jornalísticos e à adequação às necessidades específicas de cada veículo.

As experiências apresentadas indicam que a inteligência artificial generativa tem potencial para redefinir a função tradicional dos editores ao conferir maior controle ao público sobre a forma de consumo das notícias. Nesse contexto, Sonali Verma, coordenadora da Iniciativa de IA Generativa da INMA, argumenta que a personalização impulsionada por IA configura uma revolução no setor midiático, caracterizando o momento atual como a “era do conteúdo líquido”, em que o formato e a linguagem do conteúdo podem ser adaptados de maneira fluida e responsiva às demandas do leitor. Assim, segundo Verma, o protagonismo no consumo informacional migra do editor para o consumidor, o que implica uma reconfiguração estrutural das práticas jornalísticas contemporâneas³⁵.

Em síntese, os exemplos de uso de IA e os relatos dos editores indicam que embora essa tecnologia represente um avanço com potencial para transformar os modos de produção, distribuição e consumo de notícias, ela também impõe um conjunto significativo de desafios éticos, profissionais e sociais. A automatização de processos e a personalização do conteúdo, proporcionadas por ferramentas baseadas em IA generativa, podem otimizar fluxos de trabalho, aumentar a eficiência operacional das redações e oferecer experiências mais dinâmicas e interativas aos leitores. No entanto, esses benefícios técnicos não eliminam os riscos à profissão.

³⁵ [INMA: AI enables dynamic news content experiences](#)

2.2.2 Ética, responsabilidade editorial e impactos na credibilidade

O avanço da inteligência artificial nas redações tem provocado um intenso debate sobre os limites éticos associados ao seu uso, especialmente no que tange à responsabilidade editorial e os seus impactos na credibilidade jornalística. Um dos casos mais emblemáticos ocorreu em 2023, com a revista norte-americana CNET. A publicação passou a utilizar sistemas de IA para redigir artigos sobre finanças, como explicações sobre crédito e juros compostos, sem informar de forma transparente que os conteúdos eram produzidos por algoritmos. A situação gerou grande repercussão após a identificação de imprecisões graves nos textos, evidenciando a fragilidade de um processo editorial que não envolvia revisão humana adequada. O episódio contribuiu para a intensificação do debate sobre os limites do uso de tecnologias generativas na produção jornalística e sobre a necessidade de manter a transparência e a precisão como princípios fundamentais, independentemente da mediação tecnológica³⁶.

No livro "Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media", Nicholas Diakopoulos examina como algoritmos e tecnologias automatizadas estão transformando o jornalismo contemporâneo. A obra aborda a integração de sistemas computacionais nas práticas jornalísticas, desde a coleta e produção de notícias até sua distribuição e consumo. Diakopoulos enfatiza a importância de compreender os algoritmos não apenas como ferramentas técnicas, mas também como elementos que interagem com decisões humanas e influenciam a ética e a transparência no jornalismo. O autor propõe uma abordagem crítica e colaborativa, envolvendo jornalistas, acadêmicos e a sociedade civil, para desenvolver soluções que fortaleçam a integridade e a eficácia do jornalismo na era digital. Na obra, ele destaca os problemas gerados pela crescente automação no jornalismo, enfatizando os riscos de falta de transparência editorial e o impacto da substituição de decisões humanas por algoritmos. Ele aponta que, embora os algoritmos possam trazer eficiência, a automação pode comprometer a credibilidade jornalística, uma vez que o público pode não ter clareza sobre como as notícias são selecionadas e apresentadas por sistemas automatizados. Diakopoulos (2019) também discute o potencial de perda de controle humano sobre as práticas jornalísticas, o que pode afetar a qualidade e a imparcialidade da informação.

³⁶ <https://www.washingtonpost.com/media/2023/01/17/cnet-ai-articles-journalism-corrections/>

Sistemas automatizados operam com base em bancos de dados e padrões linguísticos, sem garantias de verificação factual ou sensibilidade às nuances culturais e sociais, observações que são inerentes à produção jornalística. Além disso, as máquinas podem reforçar estereótipos e até estabelecer padrões preconceituosos. Em sua obra *A era do prompt: inteligência artificial, colonialismo, devires e desinformação*, Pollyana Ferrari debate a algoritmização da sociedade e a criação de mundos irreais a partir da IA:

Vamos alimentando o algoritmo com pequenos desejos, em vez de realidades, e isso pode parecer ingênuo ou mesmo sem importância, mas a somatória destas postagens cria um padrão que se volta contra nós mesmos, embalado de consumo e, no caso da indústria da beleza, por exemplo, acabamos privilegiando um mercado que não valoriza o corpo real. (FERRARI, 2024. p 113)³⁷

A forma como os sistemas de IA são desenvolvidos, treinados e aplicados pode influenciar diretamente a produção jornalística e a percepção pública. Há o risco de reprodução de vieses algorítmicos. Os modelos de IA são treinados com grandes volumes de dados históricos, o que pode reforçar injustiças sociais caso não haja uma revisão humana criteriosa. A automação sem controle editorial pode contribuir para a exclusão de vozes e a homogeneização das narrativas, especialmente quando aplicada à cobertura de temas sociais e políticos sensíveis.

A proteção da privacidade e o uso responsável de dados sensíveis também merecem atenção. A coleta e o tratamento de dados pessoais para treinar algoritmos, sem o devido consentimento ou salvaguardas, podem violar princípios éticos fundamentais e a legislação vigente. Nesse sentido, iniciativas como a do Instituto Palavra Aberta vêm promovendo debates sobre os limites éticos e jurídicos do uso da IA na mídia, especialmente em contextos educacionais e jornalísticos. É essencial promover a educação midiática e tecnológica nas redações, capacitando os jornalistas a compreenderem as possibilidades e limitações das ferramentas de IA.

A ausência de regulamentações específicas sobre o uso de inteligência artificial no jornalismo representa mais um obstáculo para o desenvolvimento ético e transparente da prática jornalística contemporânea. Esse vácuo regulatório coloca os preceitos básicos do jornalismo em risco e faz os veículos de comunicação

³⁷ <https://www.editorafi.org/ebook/b35-era-prompt>

correrem o risco de comprometerem a própria credibilidade. O InfoMoney, que é referência em informações de economia e finanças, com larga experiência de 25 anos de existência, publicou uma imagem gerada por IA sem comunicar ao público dentro de uma cobertura extremamente noticiosa. O caso ocorreu em 01/05/2025, quando a imprensa noticiou que a cantora Lady Gaga que estava no Brasil para uma apresentação em Copacabana distribuiu pizza para os seus fãs em frente ao hotel em que ela estava hospedada. Apesar da cantora não ter entregue pessoalmente, o InfoMoney criou uma cena por inteligência artificial em que aparece a artista fazendo a entrega das pizzas, conforme mostra a figura.

FIGURA 4 - Lady Gaga e pizza



Fonte: InfoMoney (cena criada por inteligência artificial)

Diante do erro editorial, a publicação foi apagada. No post original, há o seguinte esclarecimento:

Errata: Em matéria publicada na última quinta-feira (1º/5), com título “Lady Gaga distribui caixas de pizza para fãs na porta de hotel no Rio”, o InfoMoney utilizou, de forma indevida, uma imagem gerada por Inteligência Artificial que retratava a própria Lady Gaga entregando as pizzas pessoalmente aos fãs. Esclarecemos que o gesto partiu, de fato, da equipe da artista, responsável por pedir e distribuir as pizzas. No entanto, a cantora não participou diretamente

da entrega, como sugeria a imagem. A legenda indicava que a imagem havia sido gerada usando ferramenta de Inteligência Artificial, mas não esclarecia que a cena não havia acontecido. O uso da imagem foi um erro da nossa equipe, que já corrigiu a publicação e substituiu a ilustração. O InfoMoney reitera seu compromisso com a apuração rigorosa dos fatos, com a transparência e com a confiança dos leitores. (InfoMoney, 2025)³⁸

É fundamental que as organizações jornalísticas informem ao leitor quando uma matéria, imagem ou gráfico foi gerado ou assistido por uma IA. Essa exigência ética já tem sido abordada por iniciativas brasileiras, como a da Associação de Jornalismo Digital (Ajour), que propõe que os veículos informem “quando e como a IA é usada” em seus processos de produção (Ajour, 2024)³⁹.

O uso da inteligência artificial sem diretrizes distorce padrões jornalísticos. É o caso de texto publicado no portal NdMais de Santa Catarina em 4 de junho de 2025 com a seguinte manchete: ‘45 frases para pedir demissão com educação, elegância e profissionalismo’⁴⁰. Ao final da matéria há o seguinte aviso: Matéria construída com auxílio de Inteligência Artificial, editada e revisada por um jornalista. A manchete e o conteúdo correspondente revelam inadequações frente às práticas e valores jornalísticos. O texto reduz um tema complexo a uma lista de frases padronizadas, aproximando-se de estratégias de *clickbait* e de conteúdos de entretenimento. Tal abordagem carece de relevância social, apuração rigorosa e contextualização, além de contrariar convenções formais ao iniciar a manchete com número. Dessa forma, privilegia-se o apelo comercial em detrimento da informação de interesse público, comprometendo princípios essenciais do jornalismo, como profundidade, precisão e responsabilidade social.

2.2.3 Dependência, desigualdades e conflito com as BigTechs

A dependência das redações jornalísticas em relação a plataformas e tecnologias desenvolvidas por grandes corporações privadas é um desafio. A adoção de soluções de IA terceirizadas implica a perda parcial do controle sobre os processos de produção de conteúdo, além de expor os veículos a riscos relacionados à autonomia editorial. Nesse cenário de tentativa de sobrevivência

³⁸ [Lady Gaga distribui caixas de pizza para fãs na porta de hotel no Rio](#)

³⁹ https://ajor.org.br/wp-content/uploads/2024/12/AJOR_guia-ai_V2.pdf

⁴⁰ [Frases para pedir demissão com elegância e profissionalismo](#)

diante do atropelo causado pela IA, cabe resgatar as reflexões de Chris W. Anderson⁴¹ que apresenta questões-chave para a reflexão acerca das transformações no jornalismo no contexto digital:

À medida que a indústria de notícias e a profissão jornalística começam a definir novos modelos editoriais e de negócios para a era da internet, não devem esquecer os dilemas mais profundos revelados nos primeiros anos das notícias digitais. Que tipo de trabalho constitui jornalismo legítimo? A que tipo de público o jornalismo direciona suas reivindicações de conhecimento? E que papel as instituições tradicionais e estáveis devem desempenhar no novo ecossistema digital? (ANDERSON, 2013, p. 166)

A desigualdade no acesso a tecnologias avançadas de IA configura um problema estrutural no ecossistema midiático. Grandes conglomerados de mídia, detentores de maior capital financeiro, conseguem investir em inovação tecnológica e, conseqüentemente, ampliar sua audiência e influência. Em contrapartida, veículos pequenos e independentes enfrentam dificuldades para integrar essas inovações em seus processos.

Também há o conflito entre empresas jornalísticas e Big Techs que gira em torno do uso e da monetização de conteúdo noticioso. As plataformas digitais (como Google e Meta) distribuem notícias, capturam grande parte da receita publicitária e não remuneram adequadamente os veículos jornalísticos, enfraquecendo financeiramente o setor. Com a inteligência artificial, esse problema se agrava: sistemas como chatbots e buscadores inteligentes utilizam reportagens para treinar seus modelos e gerar respostas, muitas vezes sem dar o devido crédito ou compensação às fontes jornalísticas, aumentando ainda mais a desigualdade na cadeia de valor da informação. A emergência e popularização da inteligência artificial, particularmente dos modelos de linguagem natural, agravaram ainda mais essa dinâmica desigual. Ferramentas baseadas em IA são treinadas com grandes volumes de dados, incluindo reportagens e artigos produzidos por veículos de comunicação, muitas vezes sem o devido crédito ou compensação financeira aos autores originais. Como resultado, chatbots, motores de busca e outros sistemas de

41

https://www.researchgate.net/publication/289858953_Rebuilding_the_News_Metropolitan_Journalism_in_the_Digital_Age

IA conseguem fornecer respostas, resumos e análises baseados em conteúdo jornalístico, reduzindo a necessidade de os usuários acessarem diretamente as fontes primárias. Esse processo gera uma nova camada de desintermediação, ampliando a perda de audiência dos meios tradicionais e aprofundando o desequilíbrio econômico entre criadores de conteúdo e distribuidores digitais.

Casos recentes ilustram esse cenário de tensão. Diversas organizações jornalísticas internacionais moveram ações contra empresas como OpenAI e Google, alegando uso indevido de material protegido por direitos autorais no treinamento de seus modelos. Um dos casos mais emblemáticos envolvendo o conflito entre empresas jornalísticas e big techs é o processo movido pelo The New York Times contra a OpenAI e a Microsoft, em dezembro de 2023. O jornal acusa as empresas de utilizarem, sem autorização, milhares de suas reportagens para treinar modelos de inteligência artificial, como o ChatGPT, alegando violação de direitos autorais. Segundo a ação, o conteúdo produzido pelo The New York Times foi empregado para desenvolver sistemas capazes de reproduzir informações de forma similar às matérias originais, sem oferecer a devida compensação ou reconhecimento. O processo reivindica indenizações financeiras e solicita que as empresas interrompam o uso de material protegido, destacando os riscos que práticas desse tipo representam para a sustentabilidade do jornalismo profissional e para a preservação da autoria intelectual em meio aos avanços tecnológicos.

Paralelamente, legislações buscam criar mecanismos obrigatórios de remuneração para veículos de mídia, reconhecendo o valor jornalístico e tentando restabelecer condições mais justas de mercado. Um exemplo é a Lei de Notícias Online da Austrália, oficialmente chamada News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code, promulgada em 2021, com o objetivo de reequilibrar a relação econômica entre empresas jornalísticas e plataformas digitais. A legislação exige que essas plataformas negociem com os veículos de mídia para remunerá-los de forma justa pela utilização de seus conteúdos noticiosos. O mecanismo da lei prevê que, caso as negociações diretas entre as plataformas e as empresas de mídia falhem, um processo de arbitragem obrigatória será acionado, no qual um árbitro independente decidirá qual valor de remuneração deve ser pago. A intenção é corrigir a assimetria de poder de negociação, reconhecendo o valor social e econômico da produção jornalística. A lei visa proteger o jornalismo profissional e busca garantir que os meios de comunicação tenham condições financeiras de

continuar produzindo informações de qualidade. Após resistência inicial, grandes empresas como Google e Facebook firmaram acordos financeiros com vários grupos de mídia australianos, estabelecendo um precedente para iniciativas semelhantes em outros países.

Diante desse cenário, as empresas jornalísticas estão se mobilizando. Numa dessas ações, milhares de veículos de comunicação ao redor do mundo uniram-se para reivindicar das empresas de inteligência artificial o respeito à integridade das notícias. Lançada em 5 de maio de 2025 durante o Congresso Mundial de Mídia de Notícias da WAN-IFRA, na Polônia, a proposta intitulada "Integridade das Notícias na Era da IA" é liderada pela União Europeia de Radiodifusão (UER) e pela Associação Mundial de Editores de Notícias (WAN-IFRA), com o apoio de milhares de organizações públicas e privadas de mídia. A iniciativa estabelece cinco princípios fundamentais: (1) o consentimento prévio para a utilização de conteúdo jornalístico por sistemas de IA generativa; (2) o reconhecimento justo do valor do conteúdo noticioso; (3) o rigor e a atribuição das fontes originais; (4) a promoção da diversidade informativa; e (5) a definição de padrões comuns entre empresas de tecnologia e meios de comunicação. Tais diretrizes visam não apenas proteger os direitos autorais e a sustentabilidade do jornalismo, mas também combater a desinformação e promover a transparência no uso de IA⁴².

O artigo de opinião "O jornalismo entre a sobrevivência e a relevância"⁴³, publicado pela Folha de S.Paulo em 11 de maio de 2025, analisa criticamente os desafios enfrentados pelo jornalismo contemporâneo diante da crescente influência das grandes empresas de tecnologia. O texto argumenta que a imprensa falhou ao não denunciar com vigor a apropriação da informação por essas big techs, permitindo que plataformas digitais se tornassem intermediárias dominantes na distribuição de notícias. Essa omissão contribuiu para a transformação das redações em "fábricas de cliques", priorizando métricas de engajamento em detrimento da qualidade e profundidade jornalística. O artigo destaca a necessidade urgente de o jornalismo recuperar sua relevância social, enfatizando a importância de práticas editoriais que priorizem a veracidade, a contextualização e o interesse público. Para tanto, propõe-se uma reflexão sobre modelos de negócio sustentáveis que não

⁴² [Medios de todo el mundo instan a las tecnológicas a proteger la integridad de las noticias ante el auge de la IA - Laboratorio de Periodismo Luca de Tena](#)

⁴³ [O jornalismo entre a sobrevivência e a relevância - 11/05/2025 - Opinião - Folha](#)

comprometam a integridade editorial, além de uma postura mais crítica e independente em relação às plataformas digitais, visando fortalecer o papel do jornalismo como pilar da democracia e do debate público informado.

O artigo publicado pela Press Gazette, intitulado “How Google forced publishers to accept AI scraping as price of appearing in search”, discute a imposição, por parte do Google, de condições que obrigam os editores a permitirem o uso de seus conteúdos por sistemas de inteligência artificial como requisito para manterem visibilidade nos resultados do buscador. Documentos provenientes de um processo antitruste nos Estados Unidos revelam que a empresa considerou oferecer aos editores a possibilidade de impedir a utilização de seus dados no processo de grounding, etapa em que modelos de IA conectam suas respostas a fontes verificáveis, sem comprometer sua presença nas ferramentas de busca. No entanto, o Google rejeitou essa proposta, classificando-a como uma “linha vermelha difícil”, priorizando seus interesses comerciais e a monetização dos serviços baseados em IA.

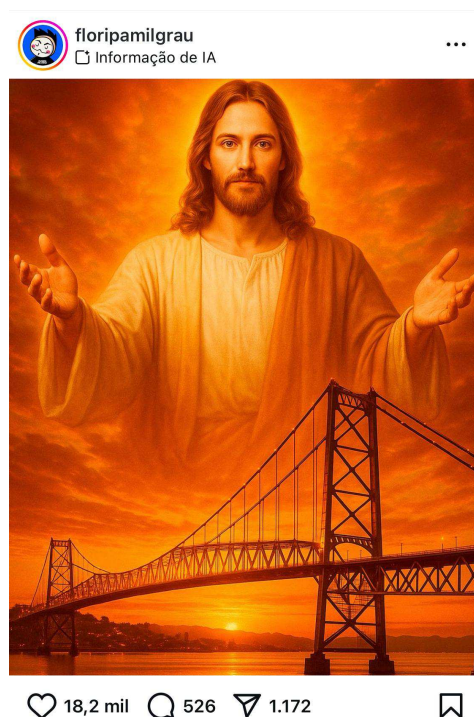
Embora a empresa disponibilize a ferramenta Google-Extended, que permite aos editores bloquearem o acesso de determinados sistemas de IA aos seus conteúdos, essa funcionalidade não impede o uso do material nos resumos gerados pelo recurso AI Overviews. Para evitar essa exposição, os editores teriam que bloquear completamente o rastreamento por meio do Googlebot, o que implicaria a exclusão de seus conteúdos dos resultados de busca e, consequentemente, prejuízos significativos em termos de visibilidade e audiência.

Nesse contexto, os editores se veem diante de uma escolha restritiva: ou aceitam a extração de valor de seus conteúdos sem a devida compensação, ou perdem acesso a uma das principais vias de distribuição digital. Essa situação evidencia um desequilíbrio nas relações entre as plataformas digitais e os produtores de conteúdo, suscitando questionamentos éticos e jurídicos sobre a transparência e a equidade na utilização de dados jornalísticos em sistemas automatizados de inteligência artificial.

Outro desafio é a competição pela audiência do público dos veículos de imprensa, que seguem uma cartilha da profissão, com os produtores de conteúdo que não precisam seguir cartilha e que também trabalham com notícias na maioria das vezes sem produção própria e sim utilizando nas redes sociais os conteúdos produzidos pela mídia. Essas organizações utilizam a IA de forma deliberada e

oferecem uma nova experiência de consumo de informação para a audiência, muitas vezes através dessas técnicas conseguem inclusive superar a audiência dos meios de comunicação. Um exemplo é a produção de imagens por IA para ilustrar notícias. Em Santa Catarina, o grupo de humor Floripa Mil Grau, que possui mais de 1 milhão de seguidores no Instagram, divulga informações factuais com ilustrações irreais. É o caso da publicação em que utilizou inteligência artificial para produzir uma cena de Jesus Cristo junto à ponte Hercílio Luz de Florianópolis em 20/04/2025 em sua mensagem de Páscoa aos seguidores.

FIGURA 5 - Postagem do Floripa Mil Grau



Fonte: Instagram @floripamilgrau

O portal não pratica jornalismo, entretanto publica notícias e compete com os veículos de imprensa tradicionais, que não fazem o uso de IA para fatos noticiosos. Por não precisar seguir os preceitos jornalísticos, adota liberdade criativa para ilustrar seus posts e angariar audiência com cenas inusitadas e irreais, o que aponta para mais um desafio para a produção jornalística que é chamar a atenção do público e ter a atenção da audiência sem desrespeitar os pilares éticos da profissão.

O estudo “O que conecta os públicos ao jornalismo local: hábitos, interesses, sustentabilidade, engajamento e participação em Florianópolis”⁴⁴, dá caminhos para compreender o sucesso desse veículo de comunicação junto ao público. O relatório apresenta um retrato das mudanças ocorridas no jornalismo local ao longo dos últimos anos, destacando o impacto do crescimento das redes sociais, o enfraquecimento da cobertura jornalística convencional e a propagação de desinformação. As informações indicam que as redes sociais, com destaque para o Instagram, tornaram-se o meio mais utilizado para o acesso às notícias locais. Perfis com grande alcance nessas plataformas (como o Floripa Mil Grau que liderou a pesquisa sendo o mais lembrado pelos pesquisados) se destacam por utilizar uma comunicação mais simples e conectada à realidade do público, evidenciando a importância de formatos que se alinhem aos hábitos e contextos da comunidade local.

2.2.4 Máquinas não pensam nem sentem, o jornalista sim

Já em 1950, Alan Turing trouxe a questão se as máquinas são capazes de pensar. No artigo *Computing Machinery and Intelligence*⁴⁵, ele lançou o experimento mental chamado “jogo da imitação”, que mais tarde ficou conhecido como Teste de Turing. Nesse jogo, participam três indivíduos: um homem (A), uma mulher (B) e um interrogador (C). O interrogador, isolado dos outros dois, deve determinar quem é o homem e quem é a mulher apenas por meio de perguntas escritas. Turing propõe substituir um dos participantes humanos por uma máquina e questiona: “O interrogador conseguiria distinguir a máquina do humano com a mesma frequência que no jogo original?” Se a máquina puder enganar o interrogador de forma consistente, ela pode ser considerada “inteligente”. E o que se percebe são sistemas com raciocínios cada vez mais treinados para diálogo e tomada de decisões.

A capacidade das máquinas de processar grau tão elevado de informações a ponto de se assemelhar ao pensamento humano, forjar diálogos, personalidades e até emoções trazem questionamentos sobre os impactos disso no jornalismo. A inteligência das máquinas e sua aproximação com a realidade humana tem sido alvo de debates no campo da Filosofia. O norte-americano John Searle diz que as

⁴⁴ [\(PDF\) O que conecta os públicos ao jornalismo local: hábitos, interesses, sustentabilidade, engajamento e participação em Florianópolis](#)

⁴⁵ [turing1950.pdf](#)

máquinas simulam entendimento, mas não têm entendimento real. O experimento mental da sala chinesa do artigo "Minds, Brains, and Programs" exemplifica como funciona essa simulação do pensamento. É como se o personagem central estivesse dentro de uma sala e não entendesse nada de chinês e fora da sala, chineses passassem mensagens escritas por debaixo da porta à ele. Se dentro da sala ele tivesse um manual de regras dizendo: "se receber este símbolo, devolva aquele", bastaria cumprir as regras. Do lado de fora pareceria que o personagem entende chinês perfeitamente, pois as respostas fazem sentido, mesmo sem ele entender nada do que estava dizendo⁴⁶.

A discussão sobre a consciência das máquinas ainda permanece aberta e é mais filosófica do que tecnológica. O professor Michael Kosinski, da Universidade de Stanford, estuda a capacidade da inteligência artificial (IA) de simular emoções humanas. Segundo Kosinski, a principal questão não é se a IA poderá imitar emoções, mas até onde essa simulação poderá chegar. Ele afirma que as máquinas já conseguem modelar comportamentos como empatia e tristeza, sem de fato sentir essas emoções. No jornalismo e em outros setores, essa habilidade pode melhorar a interação e a tomada de decisões humanizadas. No entanto, Kosinski ressalta que, embora a IA possa parecer emocionalmente competente, isso não significa que seja realmente consciente⁴⁷.

No artigo de opinião intitulado The False Promise of ChatGPT⁴⁸, de autoria de Noam Chomsky, Ian Roberts e Jeffrey Watumull, o ceticismo quanto ao valor científico e filosófico dos modelos de linguagem baseados em inteligência artificial, como o ChatGPT é debatido. De acordo com os autores, embora esses sistemas sejam capazes de produzir textos linguisticamente coerentes, eles não apresentam compreensão autêntica, intencionalidade ou consciência, elementos considerados essenciais à cognição humana. Os modelos, conforme argumentam, operam por meio de correlações estatísticas entre palavras, sem apreensão do significado semântico que estrutura a linguagem. Além disso, os autores alertam para os riscos éticos e sociais associados à utilização indiscriminada dessas tecnologias, como a propagação de desinformação e a consequente erosão da confiança pública. Por fim, ressaltam que, apesar das capacidades técnicas desses sistemas, é

⁴⁶ [searle.minds.brains.programs.bbs.1980.pdf](https://www.scribd.com/document/35498714/searle.minds.brains.programs.bbs.1980.pdf)

⁴⁷ [A IA será capaz de sentir emoções? Este professor de Stanford parece ter a resposta | Exame](#)

⁴⁸ [Opinion | Noam Chomsky: The False Promise of ChatGPT - The New York Times](#)

fundamental manter uma postura crítica diante de suas limitações e dos impactos que podem produzir na sociedade contemporânea.

O artigo “Generative AI and Journalism: Hype, The Always Already New and Directions for Scholarly Imagination”, de autoria de Nik Usher (2025)⁴⁹, apresenta uma análise crítica e contextualizada sobre a ascensão da inteligência artificial generativa no campo do jornalismo. O autor questiona o entusiasmo acrítico que tem caracterizado tanto a prática jornalística quanto a produção acadêmica em torno dessa tecnologia, argumentando que o surgimento da IA generativa segue padrões discursivos recorrentes e já bem estabelecidos historicamente. Sua proposta é que os estudos sobre o tema superem o fascínio com a “novidade” e se concentrem nas implicações estruturais da IA, especialmente no que diz respeito ao poder, à democracia, ao meio ambiente e à valorização do trabalho humano.

Inspirando-se no conceito de “sempre já novo” desenvolvido por Lisa Gitelman (2006), Usher sustenta que as tecnologias, embora frequentemente tratadas como rupturas radicais, são absorvidas culturalmente de forma previsível. Segundo esse entendimento, três elementos moldam o discurso sobre inovações tecnológicas: a percepção ilusória de revolução total, a atribuição exagerada de agência à tecnologia e a sua transformação em arenas simbólicas de disputa social. Com base nesse enquadramento, o autor propõe que a inteligência artificial generativa seja analisada de maneira mais crítica e situada historicamente.

O texto estrutura-se a partir de três preocupações centrais que emergem nos debates contemporâneos sobre o uso da IA no jornalismo: o problema da “caixa preta”, a poluição do ambiente informacional e a perda de controle sobre a propriedade intelectual e o trabalho humano. No primeiro caso, Usher adverte contra a tendência de se atribuir à IA um caráter quase mágico. Embora os sistemas de IA sejam complexos, são baseados em cálculos estatísticos e dados humanos. O desafio está em desmistificar essa opacidade técnica e compreendê-la dentro de suas lógicas de construção.

A segunda preocupação refere-se à desinformação, à propagação de fake news e ao impacto da IA sobre o ecossistema informacional. Ainda que reconheça a gravidade dessas questões, o autor alerta para o risco de se reduzir problemas sociais e políticos a questões meramente técnicas. Ele argumenta que a crescente

⁴⁹ [Generative AI and Journalism: Hype, The Always Already New, Hype, and Directions for Scholarly Imagination](#)

intolerância ao pluralismo e a ascensão de regimes autoritários no mundo exigem uma análise mais ampla, capaz de ir além das soluções pontuais oferecidas por iniciativas de checagem de fatos ou de alfabetização midiática.

O terceiro ponto abordado é a apropriação de conteúdos jornalísticos por empresas de tecnologia, utilizados como dados de treinamento para modelos de linguagem. Essa prática, muitas vezes realizada sem consentimento ou compensação, constitui não apenas uma violação de direitos autorais, mas também um processo de desvalorização do jornalismo como trabalho humano e material. Usher propõe que essa dinâmica seja compreendida como parte de um novo tipo de “colonialismo de dados”, no qual o conhecimento produzido por jornalistas é expropriado e transformado em insumo para produtos tecnológicos que beneficiam um número restrito de corporações.

Como alternativa às abordagens tradicionais, o autor propõe um deslocamento conceitual, sugerindo que os estudos sobre IA e jornalismo incorporem as dimensões natural e cultural. Ele defende a importância de observar os impactos ambientais da IA, como o uso intensivo de água, energia e metais, e de valorizar o papel do jornalismo como prática de mediação entre o ser humano e o mundo físico. Em sua visão, essa capacidade de orientação no cotidiano constitui um dos aspectos mais essenciais e insubstituíveis do trabalho jornalístico.

Ao concluir, Usher propõe uma reorientação da imaginação acadêmica. Ele afirma que a IA generativa deve ser vista não como uma revolução isolada, mas como mais uma manifestação das desigualdades estruturais e dos desequilíbrios de poder característicos do capitalismo contemporâneo. O autor defende que os estudos sobre o tema adotem uma postura crítica, alinhada a valores democráticos e contrários ao autoritarismo, voltando-se para as implicações sociais, políticas e ambientais das tecnologias emergentes. Para tanto, propõe que o jornalismo continue a ser analisado e defendido como uma prática social profundamente humana, situada e essencial à vida democrática.

2.2.5 A preservação dos valores da gênese jornalística

As tecnologias digitais operam por meio da redução da complexidade do mundo àquilo que é passível de cálculo, restringindo sua diversidade ao promover a dataficação da vida (FERRARI, 2024. p 112). À luz de Adelmo Genro Filho, uma relação interessante se estabelece entre o jornalismo e a inteligência artificial. Para

Genro Filho (1987), “o jornalismo é uma forma de conhecimento que se cristaliza no singular” logo se parte da particularidade para explicar o todo já o processo inverso se estabelece com a inteligência artificial que ao ser estimulada, processa o todo através da análise de grande quantidade de informações para dar a resposta individual. Adelmo Genro Filho destacava que o jornalismo, ao contrário de ser uma simples repetição dos fatos, envolve escolhas e uma construção de sentido. O jornalismo que utiliza IA pode, em princípio, correr o risco de reduzir essa construção de sentido a algo mais mecanizado, com base em algoritmos que analisam dados e geram conteúdos de forma automatizada. Porém, mesmo com IA, a questão de “cristalização no singular” permanece relevante. A IA pode ser programada para analisar e gerar conteúdos com base em parâmetros definidos por jornalistas humanos. Ou seja, a IA, ao produzir uma matéria ou uma notícia, está sendo mediada por decisões humanas desde a escolha do tema até as fontes utilizadas, passando pela análise dos dados. A singularidade da narrativa jornalística não desaparece completamente, embora a IA possa influenciar as formas como as notícias são estruturadas e distribuídas.

Do ponto de vista de interpretação e contexto, em um jornalismo com IA, a interpretação de dados e informações é feita de forma algorítmica, mas essa interpretação pode ser limitada pela programação e pelos dados com os quais o sistema foi treinado. Ou seja, a IA pode fazer “escolhas” sobre quais informações apresentar ou destacar, mas essas escolhas são baseadas em padrões que podem não captar nuances importantes de uma história, como a dimensão humana ou as implicações sociais de um evento. Isso pode afetar a singularidade do jornalismo, pois o sentido que ele constrói, de acordo com Genro Filho, é também uma construção de valores e escolhas contextuais que a IA pode não capturar de forma completa.

Cabe também analisar sob a ótica das implicações éticas e singularidades das vozes, quando a IA é utilizada para gerar ou recomendar notícias, podem surgir questões sobre a transparência e imparcialidade, já que os algoritmos que alimentam as decisões da IA podem ser opacos e replicar vieses existentes nos dados. A singularidade do jornalismo, como defendido por Adelmo Genro Filho, pode ser prejudicada se a IA não for cuidadosamente supervisionada por jornalistas humanos, já que a escolha dos temas e a forma de apresentação das informações

podem ser moldadas por algoritmos que não refletem necessariamente a complexidade da realidade.

Em muitos casos, a IA pode ser mais adequada para realizar tarefas automatizadas, como gerar notícias de esportes ou resultados financeiros, onde a repetição de padrões é mais prevalente. No entanto, quando se trata de temas mais complexos, como investigações jornalísticas ou narrativas que exigem uma análise profunda e reflexiva, a presença humana e a "cristalização no singular" se tornam ainda mais necessárias. O papel do jornalista como curador, que escolhe e interpreta informações, não pode ser substituído facilmente pela IA, já que a construção de sentido envolve também um julgamento crítico que vai além da simples análise de dados. (BERTI, 2023⁵⁰; ASSIS, 2023⁵¹).

Ainda há a possibilidade de debater a humanização e empatia, a IA pode ter dificuldades em compreender as dimensões emocionais e humanas que um jornalista é capaz de captar ao se relacionar com fontes, testemunhas ou o público. A "cristalização no singular" também envolve uma conexão emocional com as histórias, algo que a IA ainda não consegue reproduzir de maneira genuína. Isso significa que, mesmo com IA no processo, a subjetividade e as escolhas do jornalista humano continuam sendo essenciais para que o jornalismo mantenha sua singularidade, sua conexão com a realidade social e seu compromisso com a verdade.

Em suma, as práticas adotadas até o momento demonstram uma ampla gama de possibilidades para o uso da inteligência artificial no jornalismo, abrangendo desde a automação de tarefas operacionais até a criação de experiências personalizadas para os leitores. Essas aplicações evidenciam o potencial da IA para aumentar a eficiência das redações e expandir o alcance das informações e qualificar o conteúdo produzido. No entanto, essa mesma diversidade de usos traz à tona preocupações relevantes. Questões como a transparência na geração de conteúdo e direitos autorais tornam-se centrais nesse debate. Assim, embora a IA represente uma ferramenta poderosa para inovar nas práticas jornalísticas, sua adoção precisa ser conduzida com cautela, responsabilidade e compromisso com os princípios do jornalismo ético.

⁵⁰ [ChatGPT e a transformação nas pautas jornalísticas | Estudos em Jornalismo e Mídia](#)

⁵¹ [Inteligência artificial e jornalismo opinativo: problematizando em diálogo com o ChatGPT | Estudos em Jornalismo e Mídia](#)

CAPÍTULO 3

COMO AS EMPRESAS JORNALÍSTICAS DIZEM QUE USAM A IA

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com foco na análise documental comparativa, a fim de compreender como diferentes redações jornalísticas brasileiras normatizam, comunicam e orientam o uso da inteligência artificial em suas práticas profissionais. A análise documental foi precedida por pesquisa bibliográfica. Cabe aqui expor todo o procedimento utilizado para a formulação do problema de pesquisa até o resultado final, com atenção especial à exposição do uso da inteligência artificial nesse processo.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho se insere na linha de pesquisa “conhecimento e profissão” do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que entre tantos assuntos, pesquisa a transformação do jornalismo. Diante disso, houve um despertar do interesse em pesquisar a inteligência artificial, que tem produzido impactos profundos na profissão. No entanto, dada a complexidade do assunto, buscou-se delimitar o tema para encontrar mais assertividade no problema de pesquisa a ser proposto. Para buscar um recorte mais objetivo recorreu-se à pesquisa bibliográfica que se mostrou robusta no campo internacional. Os estudos mostraram discussões avançadas em relação ao uso de ferramentas, às formas de produção jornalística, aos impactos do uso da IA na opinião pública, às questões éticas, mercadológicas, comunicacionais, filosóficas, procedimentais, entre tantas. Essa pesquisa inicial abriu uma série de possibilidades de recortes para estudo. A exploração do tema através de conversas com jornalistas, prática profissional e leituras fez emergir a hipótese de que as redações de jornalismo estão sendo atropeladas pela velocidade da IA de forma que utilizam sem debater as implicações desse uso. Ao questionar gestores de redações se percebeu que esses líderes, que são os guias editoriais e de procedimentos, também se mostram confusos diante do avanço rápido da tecnologia. Essa percepção trouxe preocupações, pois reforçou a hipótese de que os jornalistas estão agindo sem terem guias de referência para a sua atuação profissional. Sendo assim, se buscou mapear as redações brasileiras que oferecem guias de redação para o

uso de IA e apenas nove manuais foram encontrados. Ao surgir o interesse de aprofundar o estudo desses manuais se partiu do princípio de que não estaria se estudando o uso da IA na prática e sim como as empresas jornalísticas comunicam que utilizam a IA. Por isso, se lançou a seguinte questão como tema de pesquisa: como as empresas jornalísticas dizem que usam a IA?

3.1.1 O mapeamento dos guias de redação

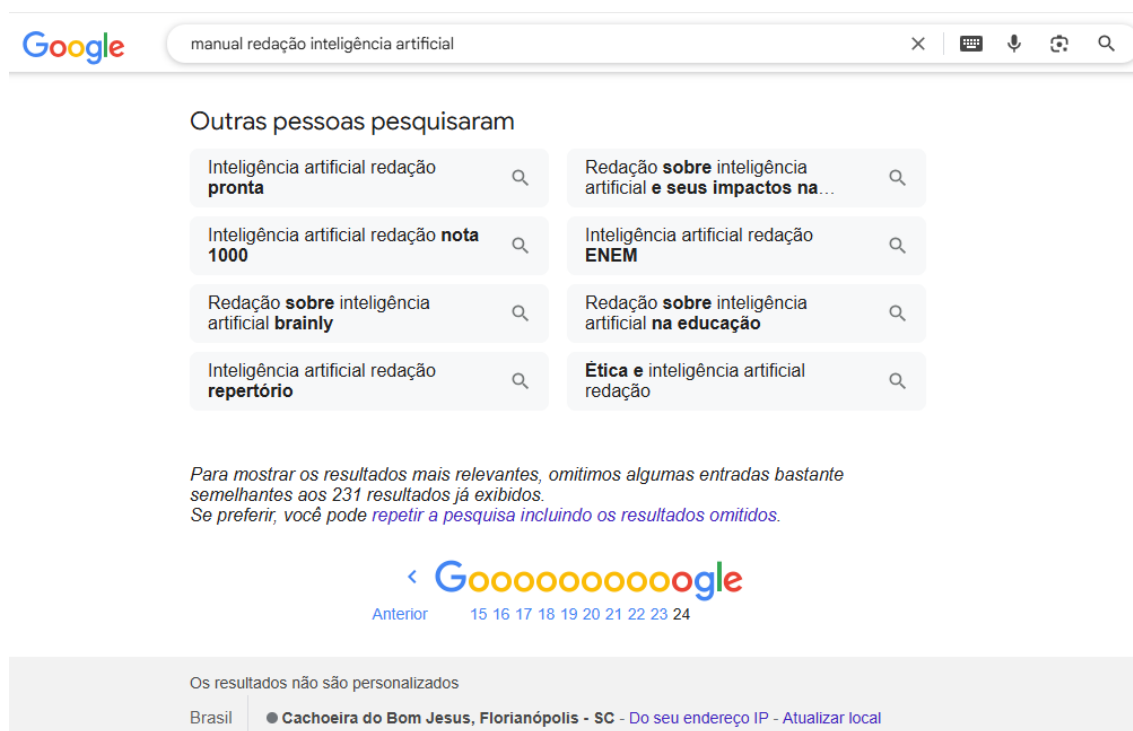
Em 2023, levantamento do Nieman Lab, da Universidade de Harvard, havia mapeado apenas 21 manuais de inteligência artificial no mundo⁵², sendo apenas um do Brasil, do Núcleo Jornalismo. Em 2025, esse número subiu para nove manuais na mídia brasileira (conforme mostra essa dissertação), o que ainda é pouco tendo em vista o universo midiático do país composto por mais de 14 mil entidades, como mostrou a última edição do Atlas da Notícia, de 2023⁵³. Em Santa Catarina, onde essa pesquisa está sendo realizada, não há nenhum veículo de comunicação com guia de práticas para IA. Cabe destacar que Florianópolis costuma ser destacada como ilha do silício pelo fato de ter forte atrelamento com o setor tecnológico, mas não há nenhuma startup na área da comunicação entre os veículos que criaram seus manuais de IA ao contrário de São Paulo que reúne a maior parte das iniciativas, totalizando seis casos, seguido do Rio de Janeiro, com 2 casos e Alagoas, com um caso.

A coleta dos documentos foi realizada por meio de buscas no mecanismo de pesquisa Google, utilizando as seguintes combinações de palavras-chave: “manual redação inteligência artificial”, “manual jornalismo inteligência artificial” e “boas práticas jornalismo inteligência artificial”, que resultaram, respectivamente, em 24, 17 e 20 páginas de resultados como mostra a imagem que ilustra a última página de resultado do primeiro termo pesquisado.

⁵² [Guidelines on Generative AI - Documentos Google](#)

⁵³ [Atlas da Notícia - Versão 6.0 - 2023 - Apresentações Google](#)

FIGURA 6 - Reprodução de pesquisa no Google



Fonte: a autora.

Após a análise criteriosa dos materiais disponíveis, foram selecionados nove documentos institucionais que atendem aos critérios de serem produzidos por organizações jornalísticas brasileiras e abordarem de forma institucionalizada para as suas redações diretrizes sobre o uso da inteligência artificial. Os documentos analisados são oriundos das seguintes instituições: Agência Pública, AJOR (Associação de Jornalismo Digital), Folha de S.Paulo, Grupo Globo, Estadão, Correio Sabiá, Núcleo Jornalismo, AzMina e Agência Tatu. Cabe destacar que com exceção do Estadão, Grupo Globo e Folha de São Paulo, que existem antes mesmo do desenvolvimento da internet, os demais veículos são nativos digitais, criados a partir dos anos 2000.

TABELA 1 - Veículos de comunicação

Veículo	Resumo	Estado	Ano de fundação
AJOR	Associação de Jornalismo Digital	SP	2021
Estadão	Um dos jornais mais antigos e tradicionais do Brasil. Além do modelo impresso, possui portal de notícias.	SP	1875
Grupo Globo	Maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina.	RJ	1925
Agência Pública	A primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do país.	SP	2011
Az Mina	É uma revista digital brasileira que aborda temas como gênero, feminismo, direitos das mulheres e igualdade.	SP	2015
Correio Sabiá	Organização de mídia digital que se declara apartidária e independente.	RJ	2018
Agência Tatu	É uma startup de jornalismo de dados focada em inovação para o cenário local e regional.	AL	2017
Núcleo Jornalismo	É um veículo jornalístico com a missão de produzir investigações a partir de dados públicos.	SP	2020
Folha de São Paulo	Um dos jornais mais antigos e tradicionais do Brasil. Além do modelo impresso, possui portal de notícias.	SP	1921

Fonte: a autora.

Essa pesquisa inicial acendeu um alerta para o baixo número de manuais encontrados. Diante disso, foi feita uma pesquisa experimental colocando o nome de veículos de renome na imprensa brasileira com a palavra-chave “inteligência artificial” e “guia de redação”, entretanto não foram encontrados resultados para novos guias. Essas buscas adicionais e direcionadas foram feitas em cima dos seguintes critérios: a) grandes redes de TV que trabalham com notícias (Record, SBT e CNN Brasil, além da Globo que teve seu manual encontrado na pesquisa principal); b) Grandes jornais brasileiros (O Globo e Correio Braziliense, além do Estadão que teve seu manual encontrado na pesquisa principal); c) Portais de notícias com maior acesso no Brasil conforme a ferramenta Trending Websites com dados de março de 2025 (Uol, Terra, Metrôpoles, Ig, Brasil 247 e R7, além do portal da Globo que já aparece na pesquisa principal). É possível que redações de pequeno porte no país tenham seus guias de redação, porém esses não estão acessíveis mediante a busca inicial em cima dos parâmetros estabelecidos.

3.1.2 O estabelecimento de parâmetros para análise

A leitura de documentos considerados básicos no estabelecimento de diretrizes para a prática de IA no jornalismo foi realizada. A análise dos princípios éticos foi feita a partir da Carta de Paris sobre IA no jornalismo⁵⁴ produzida pela organização Repórteres Sem Fronteiras junto com outras dezesseis instituições. Também foram observados desafios enfrentados no cotidiano pelos jornalistas a partir da análise do relatório *Generative AI & Journalism - Content, Journalistic Perceptions, and Audience Experiences*⁵⁵, publicado em fevereiro de 2025, que reúne diversas pesquisas globais sobre o uso da IA no jornalismo. A leitura desses documentos e dos nove manuais encontrados permitiu uma análise interpretativa considerando aspectos éticos, operacionais, estratégicos e discursivos sobre o uso da tecnologia nas redações. Com base nos objetivos desta pesquisa foram definidos dez critérios para observação e comparação, os quais foram organizados em uma planilha para facilitar a sistematização dos dados. Os critérios considerados com suas respectivas expectativas de indicadores estão indicados na tabela abaixo.

TABELA 2 - Critérios de análise

Critério	Indicativo
Número de palavras	Extensão do documento
Privacidade e segurança	Nível de atenção dada à privacidade e segurança das informações
Ferramenta de suporte	Se a forma como classifica o uso da IA na redação é de ferramenta de suporte
Imagens e vídeos	Atenção dada para as diretrizes voltadas para imagens e vídeos.
Capacitação	compromisso declarado das redações com a capacitação de profissionais para o uso da tecnologia
Alertas sobre riscos	Presença de diretrizes claras sobre os riscos associados à aplicação de IA na produção de conteúdo jornalístico
Tipos de uso	Indicação dos tipos de uso da IA descritos no manual
Revisão humana	Existência de revisão humana nos processos mediados por IA
Transparência	Indicação da necessidade de informes de transparência com os leitores em relação ao uso da tecnologia
Comitê de IA	Presença de comitês, conselhos ou equipes especializadas em IA responsáveis por análises e decisões institucionais.

Fonte: a autora.

⁵⁴

https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/11/Carte%20de%20Paris%20sobre%20IA%20e%20jornalismo_0.pdf

⁵⁵ [\(PDF\) Generative AI & Journalism: Content, Journalistic Perceptions, and Audience Experiences](#)

Esses critérios foram utilizados como base para a análise comparativa dos documentos, permitindo uma leitura estruturada das práticas e posicionamentos adotados pelas diferentes redações. A comparação entre os documentos buscou identificar padrões, convergências, divergências e lacunas nos posicionamentos institucionais.

3.1.2.1 A escolha dos critérios de análise com base na Carta de Paris sobre Inteligência Artificial no Jornalismo

Considerando a atualidade do tema e a velocidade com que o uso da inteligência artificial se expande no mercado da comunicação, observa-se que, no recorte específico desta pesquisa, que aborda a ausência de diretrizes regulatórias para esse avanço, ainda não existem parâmetros consolidados que permitam analisar, de forma consistente, o panorama de aplicabilidade de normas referentes ao uso da IA no jornalismo brasileiro. Nesse contexto, adota-se como principal referência a Carta de Paris sobre Inteligência Artificial e Jornalismo, a qual apresenta princípios reconhecidos e validados em âmbito global para orientar essa aplicação.

A Carta de Paris sobre Inteligência Artificial e Jornalismo foi publicada em 10 de novembro de 2023, por ocasião do Fórum de Paz de Paris, por iniciativa da organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF), em colaboração com 16 entidades parceiras renomadas no campo do jornalismo e da tecnologia. Elaborada por uma comissão composta por 32 especialistas provenientes de 20 países, a carta estabelece dez princípios éticos destinados a preservar a integridade da informação, a função social do jornalismo e a centralidade do julgamento humano diante da aplicação da IA nos processos editoriais. Entre os princípios centrais, figuram: a primazia da ética jornalística nas escolhas tecnológicas; a obrigação de transparência quanto ao uso de sistemas de IA; a obrigação dos meios de comunicação de preservar a autoria e a rastreabilidade do conteúdo; a necessidade de distinguir claramente entre conteúdos autênticos e sintéticos; e a exigência de que jornalistas e veículos participem ativamente da governança global da IA, assegurando autonomia editorial e responsabilização em negociações com empresas tecnológicas. Esses princípios tornam-se fundamentais para orientar o

desenvolvimento de normas e marcos regulatórios voltados à adaptação do jornalismo às transformações impostas pela inteligência artificial.

A análise dos manuais brasileiros de uso de inteligência artificial (IA) no jornalismo foi orientada pelos princípios estabelecidos na Carta de Paris sobre Inteligência Artificial e Jornalismo, documento que propõe diretrizes éticas e operacionais de alcance internacional para a aplicação responsável dessa tecnologia nas rotinas editoriais. Ao relacionar cada elemento presente nos manuais nacionais com os preceitos da Carta, é possível compreender em que medida os veículos de comunicação no Brasil estão alinhados a padrões globais e onde ainda se observam lacunas significativas.

O primeiro aspecto examinado refere-se ao número de palavras utilizadas para abordar o tema. Embora a Carta de Paris não apresente parâmetros quantitativos, a extensão e a profundidade do texto destinado a tratar da IA refletem o grau de relevância atribuído ao tema e estão intrinsecamente ligados ao princípio da transparência. Uma abordagem detalhada indica maior compromisso com a clareza das informações e com a orientação do público interno e externo sobre as políticas adotadas. Por outro lado, textos excessivamente breves ou superficiais podem indicar uma abordagem meramente protocolar, sem efetivo engajamento com os riscos e responsabilidades que envolvem a adoção da IA.

O segundo aspecto investiga se a IA é apresentada como ferramenta de suporte ao trabalho jornalístico. A Carta de Paris defende explicitamente que a tecnologia deve ter caráter complementar e não substitutivo, reforçando a centralidade do julgamento humano em todas as etapas do processo editorial. Quando os manuais destacam a IA como recurso de apoio e não como substituto, reforçam o valor do trabalho intelectual do jornalista e preservam a autonomia editorial, prevenindo cenários em que decisões críticas sejam delegadas integralmente a sistemas automatizados.

O terceiro aspecto diz respeito à especificação dos tipos de uso da IA previstos pelos veículos. A Carta recomenda que cada aplicação seja claramente definida, detalhando finalidades, limites e processos de supervisão. A ausência dessa especificação pode levar a interpretações ambíguas ou permitir usos não supervisionados que comprometam a qualidade e a credibilidade da informação. A identificação clara de usos, como apoio à apuração, transcrição, verificação de

dados ou geração de elementos visuais, é fundamental para que haja rastreabilidade e responsabilização.

O quarto aspecto aborda o compromisso com a capacitação profissional. A Carta de Paris ressalta que a implementação da IA deve ser acompanhada de programas contínuos de treinamento para jornalistas e equipes técnicas, garantindo compreensão sobre funcionamento, potencialidades e limitações da tecnologia. No contexto brasileiro, essa diretriz ganha relevância adicional, considerando a disparidade de recursos e de infraestrutura tecnológica entre redações, o que torna a formação profissional um fator decisivo para que a IA seja utilizada de forma crítica e segura.

O quinto aspecto analisa as orientações sobre os riscos do uso da IA no jornalismo. A Carta alerta para a possibilidade de amplificação da desinformação, manipulação de conteúdo, enviesamento algorítmico e erosão da confiança do público. Manuais que contemplam de forma detalhada esses riscos contribuem para uma cultura editorial mais vigilante, na qual a implementação de IA é acompanhada de mecanismos preventivos e protocolos de mitigação de danos.

O sexto aspecto refere-se às orientações específicas sobre o uso da IA para imagens. A Carta estabelece que qualquer conteúdo visual manipulado ou gerado por IA deve ser claramente identificado para preservar autenticidade e rastreabilidade. Esse princípio é particularmente relevante diante do avanço de tecnologias de deepfake e geração sintética de imagens, que podem comprometer a integridade da informação se utilizadas sem transparência.

O sétimo aspecto trata de privacidade e segurança dos dados, princípio que a Carta associa diretamente à responsabilidade ética e jurídica das empresas jornalísticas. Isso envolve não apenas a proteção de dados pessoais de fontes, jornalistas e público, mas também a segurança de bancos de dados e arquivos institucionais. A ausência de protocolos claros de segurança pode expor veículos a riscos legais e reputacionais significativos.

O oitavo aspecto examina a política de revisão humana de conteúdos produzidos com apoio da IA. A Carta de Paris reafirma que a supervisão humana deve estar presente em todas as etapas críticas da produção editorial. Essa diretriz não apenas preserva a autonomia jornalística, mas também garante que decisões sobre publicação considerem valores éticos e contextuais que algoritmos não são capazes de interpretar de forma adequada.

O nono aspecto analisa a transparência no uso da IA, considerada pela Carta um dos eixos estruturantes da adoção responsável da tecnologia. A transparência implica comunicar ao público, de forma clara e verificável, quando e como a IA foi utilizada, seja na coleta, processamento ou apresentação da informação. Essa prática fortalece a relação de confiança entre veículos e audiência e contribui para a credibilidade da cobertura jornalística.

O décimo e último aspecto refere-se à existência de um comitê interno de IA. Embora a Carta não determine de forma explícita a criação de tais instâncias, ela recomenda a implementação de mecanismos de governança e supervisão contínua. A criação de comitês ou grupos dedicados pode assegurar avaliação permanente dos impactos, atualização de políticas e conformidade com padrões éticos, especialmente em contextos de rápida evolução tecnológica.

3.1.2 A redação da pesquisa bibliográfica

Antes de adentrar na análise documental, buscou-se pesquisar e redigir o referencial teórico que dá embasamento para a coleta e análise dos dados. A construção do referencial teórico teve início com a leitura dos relatórios mais recentes sobre o uso da inteligência artificial no jornalismo, os quais forneceram subsídios relevantes para contextualizar o tema. Esses relatórios foram encontrados através de pesquisa em entidades referência e indicações de leituras de professores e pesquisadores da área. A partir desse levantamento inicial, a introdução foi estruturada com o intuito de apresentar as principais discussões contemporâneas sobre a temática, bem como expor a justificativa da pesquisa e seus objetivos. A organização preliminar da dissertação passou por reformulações ao longo do processo investigativo, à medida que novas descobertas e aprofundamentos foram sendo incorporados por meio das leituras realizadas.

Considerou-se necessário, inicialmente, contextualizar a chegada da inteligência artificial no campo jornalístico para, em seguida, apresentar as transformações que essa introdução tem provocado na prática da profissão. Observou-se as pesquisas realizadas pela linha 2 do PPGJOR (Tecnologias, Linguagens e Inovação) e artigos recentes publicados em revistas científicas do país. A partir dessa base, foram exploradas as principais discussões nos âmbitos ético, profissional, mercadológico e comunicacional. Destacou-se, de forma especial,

o princípio da transparência, considerado fundamental quando se trata do uso da IA na produção de conteúdo informativo. Além disso, foram aprofundadas as reflexões de ordem filosófica que permeiam a relação entre máquina e jornalista, com ênfase nas habilidades humanas insubstituíveis, como o pensamento crítico e a expressão de emoções.

3.1.3 A experiência do uso do ChatGPT no processo de pesquisa

O passo inicial deste trabalho foi a decisão de qual seria a participação da IA no processo de pesquisa e quais seriam os parâmetros estabelecidos para isso. É sabido que existem diversos sistemas de IA disponíveis no mercado e a própria UFSC já dispõe de uma das estruturas mais modernas no âmbito do processamento de dados para a IA⁵⁶, entretanto optou-se por utilizar o ChatGPT pela sua acessibilidade, popularidade e facilidade de uso. Decidiu-se que a IA seria utilizada desde que todas as suas aplicações no trabalho fossem descritas com transparência, como princípio ético e também documental, uma vez que o compartilhamento dessas experiências pode ser útil no meio acadêmico, inclusive para a análise de implementação ou descarte do uso dessa ferramenta em atividades de pesquisa. Outro aspecto decidido é que todo o conteúdo fornecido pela ferramenta seria checado com revisão humana. Um exemplo disso é o uso do ChatGPT para a tradução do resumo da pesquisa para o inglês. Além da IA, o Google tradutor também foi utilizado e observou-se que a tradução fornecida pelo ChatGPT se demonstrou mais satisfatória, embora a revisão humana tenha sido necessária.

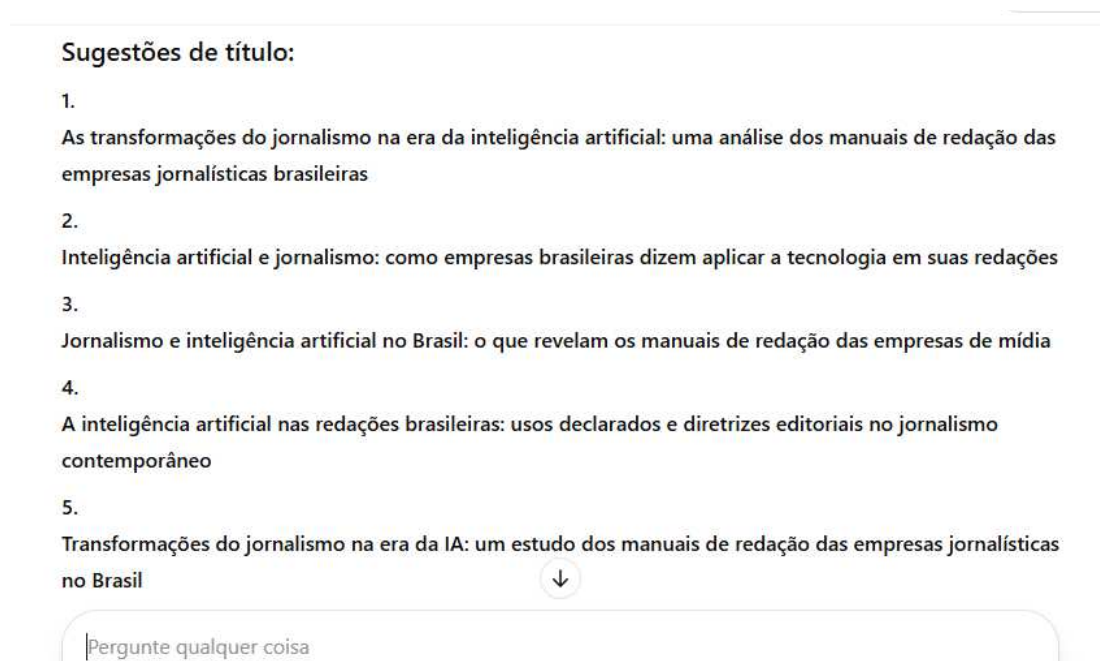
Foram realizadas algumas experimentações com o pedido para que o ChatGPT sugerisse leituras envolvendo o jornalismo e a IA, mas a tentativa foi descartada visto que a IA sugeriu relatórios e autores que não existem. Exemplo disso foi uma das sugestões denominada “Relatório IA no Jornalismo Brasileiro” do Projor (Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo). Entretanto, ao consultar o site da instituição não consta o referido documento. Ao entender que as sugestões da IA poderiam prejudicar o processo e a qualidade da pesquisa ao invés de enriquecer, as sugestões foram descartadas.

56

<https://sinova.sites.ufsc.br/2025/05/16/ufsc-inaugura-laboratorio-que-impulsiona-pesquisas-e-tecnicas-de-inteligencia-artificial-ia/>

Conteúdos que já haviam sido lidos foram entregues para a IA analisar e resumir, entretanto os resultados foram frustrantes e foram detectados erros que culminaram na decisão de não utilizar a IA para a produção de resumos de textos. Para testar o uso na parte textual, optou-se por usar a IA na produção de texto no início da introdução para na sequência informar que o texto foi feito pela IA. O objetivo dessa ação foi justamente testar a capacidade criativa dessa ferramenta e o atendimento aos comandos e ao mesmo tempo expor a problemática que envolve o uso da IA no jornalismo. Por fim, outro uso comum da IA no jornalismo que é a busca por ideias também foi testada. Nesse caso, foi entregue o resumo da pesquisa com o pedido de sugestões de títulos para o trabalho. A imagem abaixo mostra as respostas oferecidas pela IA como sugestão de título. A partir da análise humana, nenhuma das opções foram utilizadas e se optou por editar o seguinte título: A Inteligência artificial e as transformações do jornalismo (uma análise das diretrizes editoriais dos manuais de IA das empresas jornalísticas brasileiras).

FIGURA 7 - Resultado de pesquisa no ChatGPT



Fonte: Captura de tela de resultado de pesquisa do ChatGPT

Outra aplicação que cabe registrar foi a tentativa de utilizar o ChatGPT para organizar as referências bibliográficas. Tendo em vista que todos os conteúdos estavam nas notas de rodapé, foi solicitado para que fosse feita a leitura e enumeração de todas as notas de rodapé, mas a ferramenta não conseguiu fazer a

análise em pdf e em word. Ao fazer a cópia manual dos links e solicitar à ferramenta que indicasse as referências bibliográficas, chamou a atenção quando ao ler um link da AJOR, o ChatGPT descreveu a sigla como Associação dos Jornalistas do Rio Grande do Sul quando na verdade a sigla é Associação de Jornalismo Digital. Além disso, foi feita a indicação de Porto Alegre como local da publicação, sendo que a publicação não possui nenhuma indicação de local. Após essa alucinação, a revisão humana se tornou ainda mais criteriosa. Essa experiência ilustra o potencial de erros cometidos pela ferramenta e a necessidade de alerta para o uso atento e consciente da IA na produção de conteúdo. Ainda na fase da organização das referências bibliográficas, a ferramenta foi útil na formatação das referências em ordem alfabética.

CAPÍTULO 4
ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A análise dos manuais sobre o uso de inteligência artificial nas nove empresas jornalísticas brasileiras revelou um cenário marcado por nativos digitais (seis das nove são empresas criadas depois dos anos 2000 e três são da imprensa tradicional) que compreenderam a importância de lançar diretrizes para o uso da IA no jornalismo. Todos os manuais foram criados a partir de 2023, sendo o do Núcleo Jornalismo o mais antigo. Não é possível determinar o último a ser lançado visto que não consta o mês na data de criação do manual da Ajor, mas sabe-se que foi criado no ano de 2024.

TABELA 3 - Data de criação dos manuais

Veículo	Data de criação
AJOR	2024
Estadão	Novembro de 2023
Grupo Globo	Junho de 2024
Agência Pública	Outubro de 2023
Az Mina	Dezembro de 2023
Correio Sabiá	Agosto de 2024
Agência Tatu	Outubro de 2023
Núcleo Jornalismo	Maio de 2023
Folha de São Paulo	Março de 2024

Fonte: a autora.

Três dos nove veículos não são nativos digitais e integram a imprensa tradicional. O Grupo Globo, fundado no Rio de Janeiro em 1925, constitui o maior conglomerado de mídia da América Latina, com influência nacional em diversas plataformas. Já a Folha de São Paulo, criada em 1921, é outro dos jornais mais tradicionais do país, combinando um modelo impresso com uma forte atuação digital, consolidando sua relevância no cenário nacional. O Estadão, por sua vez, é um dos jornais mais antigos do país, fundado em 1875 em São Paulo, com forte presença tanto no impresso quanto no meio digital.

Os outros seis veículos foram criados a partir dos anos 2000 e têm na tecnologia, inovação e na independência os seus pilares fundamentais. A Associação de Jornalismo Digital (AJOR), fundada em 2021 no estado de São Paulo, atua como uma entidade representativa do jornalismo digital, promovendo o fortalecimento de iniciativas independentes. Também em São Paulo, a Agência Pública, criada em 2011, consolidou-se como a primeira agência de jornalismo investigativo sem fins lucrativos do Brasil. A Az Mina, revista digital fundada em 2015 também em São Paulo, tem como foco temas ligados ao feminismo, aos direitos das mulheres e às questões de gênero, destacando-se pelo ativismo informativo. Já o Núcleo Jornalismo, fundado em 2020 em São Paulo, tem como missão produzir reportagens investigativas com base em dados públicos, explorando o potencial do jornalismo analítico. No Rio de Janeiro, o Correio Sabiá, criado em 2018, apresenta-se como uma organização de mídia digital apartidária e independente. No Nordeste, a Agência Tatu, com sede em Alagoas desde 2017, é reconhecida por seu trabalho com jornalismo de dados e inovação no contexto local e regional.

4.1 NÚMERO DE PALAVRAS

Embora apresente limitações na análise qualitativa, o número de palavras foi escolhido como critério para ser um indicador do grau de complexidade e atenção que os veículos deram para a elaboração do guia. Tendo em vista que todos os manuais estão publicados no ambiente digital, não há limitação de espaço e nem critérios de objetividade jornalística, sendo que a análise do conteúdo mostrou que os veículos que dedicaram pouco espaço para a redação do manual também deram menos profundidade ao assunto. É o caso da Folha de São Paulo que dedicou apenas quatro parágrafos para disciplinar o uso da IA em sua redação.

TABELA 4 - Número de palavras dos guias de IA

Veículo	Tamanho (nº palavras)
AJOR	5038
Estadão	1446
Grupo Globo	1002

Agência Pública	704
Az Mina	601
Correio Sabiá	458
Agência Tatu	426
Núcleo Jornalismo	392
Folha de São Paulo	255

Fonte: produzido pela autora.

Constatou-se, nesse processo, uma variação significativa na extensão dos textos analisados. Em um extremo, observou-se o documento da Folha de S.Paulo, composto por 255 palavras, configurando-se como o guia mais conciso entre os coletados. Em contrapartida, no outro extremo, destacou-se o material produzido pela AJOR (Associação de Jornalismo Digital), que totalizou 5.038 palavras. Esse documento não apenas se apresentou como o mais extenso em termos quantitativos, como também revelou uma abordagem mais abrangente. De todos, é o único que possui uma estrutura temática organizada. O guia da AJOR incorporou, além de diretrizes práticas e operacionais voltadas ao uso responsável da inteligência artificial nas rotinas jornalísticas, uma introdução analítica dedicada à contextualização do tema. Essa seção inicial abordou aspectos conceituais, éticos e técnicos, situando o leitor frente aos desafios e possibilidades da adoção de tecnologias de IA no campo da comunicação. Tal estrutura demonstra um esforço adicional de fundamentação teórica e pedagógica, o que contribui para uma compreensão mais ampla e crítica da temática.

4.2 FERRAMENTA DE SUPORTE

Todos os manuais examinados reconhecem de forma unânime a inteligência artificial como uma ferramenta destinada a apoiar e complementar as atividades jornalísticas, destacando explicitamente que sua função é auxiliar e não substituir o trabalho humano realizado pelos profissionais do jornalismo. Essa abordagem reflete uma compreensão compartilhada de que a IA deve ser incorporada aos processos produtivos como um recurso que potencializa a eficiência e a qualidade do trabalho,

sem comprometer a importância e o protagonismo do jornalista no desenvolvimento das matérias e na tomada de decisões editoriais.

TABELA 5 - IA como ferramenta de suporte humano

Veículo	É usada como ferramenta de suporte
AJOR	Sempre cita os serviços de IA como ferramenta
Estadão	Cita os serviços de IA como ferramenta
Grupo Globo	Os jornalistas são encorajados a testar e adotar ferramentas de IA que auxiliem nos processos de apuração, produção e distribuição.
Agência Pública	Vemos a IA como uma ferramenta de apoio ao trabalho jornalístico que jamais irá substituir jornalistas, programadores, ilustradores, narradores ou designers.
Az Mina	A equipe AzMina explora o potencial de ferramentas baseadas em Inteligência Artificial (IA) para otimizar processos internos e aprimorar a produção de conteúdo.
Correio Sabiá	Citou os serviços como ferramenta
Agência Tatu	A IA é uma ferramenta de apoio e não irá substituir jornalistas, programadores ou designers;
Núcleo Jornalismo	Para o Núcleo, produtos de inteligência artificial são ferramentas – tais como nossos laptops ou canetas – e devem ser utilizadas como tal, não como substitutos a nossos profissionais.
Folha de São Paulo	Cita a IA como ferramenta

Fonte: produzido pela autora.

Mais do que simplesmente fornecer definições teóricas ou conceituais sobre o que é a inteligência artificial, os documentos analisados privilegiam a ênfase em sua aplicabilidade prática e funcional, sublinhando o papel da IA como um instrumento auxiliar que pode automatizar tarefas rotineiras, oferecer suporte analítico e enriquecer a produção informativa, sempre sob a supervisão e o controle do profissional. Essa perspectiva visa tranquilizar e orientar os jornalistas quanto à integração da tecnologia, reforçando que a presença da IA não deve diluir ou ameaçar a centralidade do trabalho humano, mas sim ser utilizada para potencializar as capacidades criativas, críticas e éticas que definem a prática jornalística.

O manual elaborado pelo Núcleo, por exemplo, ilustra de maneira clara e contundente essa visão ao afirmar que “produtos de inteligência artificial são ferramentas tais como nossos laptops ou canetas e devem ser utilizadas como tal, não como substitutos a nossos profissionais”. Essa declaração explícita a ideia de que a IA deve ser entendida como um instrumento técnico e funcional, análogo às ferramentas tradicionais que acompanham o jornalista em sua rotina, e que sua incorporação deve ocorrer de maneira crítica e reflexiva, reconhecendo os limites da tecnologia e preservando o controle humano sobre o processo jornalístico.

Além disso, essa orientação sugere um compromisso com a ética e a responsabilidade no uso da IA, alertando para a necessidade de que os jornalistas mantenham a supervisão ativa e o discernimento na utilização dessas ferramentas, evitando uma dependência acrítica ou automatismos que possam comprometer a qualidade e a credibilidade do conteúdo produzido. Dessa forma, a inteligência artificial é apresentada como um recurso que, embora potente, deve estar subordinado às capacidades, valores e julgamento profissional do jornalista, garantindo que a essência e o rigor do jornalismo sejam preservados.

4.3 TIPOS DE USO

A análise das diretrizes institucionais das redações jornalísticas brasileiras revela que a maioria delas adota uma postura predominantemente cautelosa e restritiva quanto aos tipos de uso permitidos da inteligência artificial no cotidiano jornalístico. De modo geral, essas instituições autorizam a aplicação da IA principalmente em tarefas operacionais e de suporte técnico, buscando limitar seu uso a funções que aumentem a eficiência dos processos produtivos sem comprometer a autoria e o controle editorial humano. Entre as aplicações mais frequentes destacam-se a transcrição automática de entrevistas e gravações de áudio, a tradução de conteúdos para diferentes idiomas, a correção gramatical e ortográfica, a sumarização ou condensação de textos longos, além da sugestão de títulos e a otimização para mecanismos de busca (SEO). Essas funções são explicitamente mencionadas em manuais de redações como a AJOR, Estadão, AzMina, Correio Sabiá e Folha de S.Paulo, evidenciando o entendimento de que a IA deve atuar como um recurso auxiliar para aprimorar a produtividade e a qualidade do trabalho jornalístico, sem substituir o papel criativo e crítico dos jornalistas.

TABELA 6 - Tipos de uso da IA

Veículo	Tipos de uso
AJOR	Transcrição de áudio/vídeo em texto; Sumarização, pesquisa e análise de dados; Apuração e definição de pautas; Tradução e resumos; Criação de conteúdo para redes sociais; Análise de impacto; Produção Visual com IA
Estadão	Edição de textos; transcrição de áudio; tradução de texto; elaboração de títulos e chamadas; buscas e pesquisas; aprimoramento de materiais escritos em língua inglesa, extração e compilação de dados de origem pública
Grupo Globo	Otimizar a produção de reportagens nos seus mais diversos formatos, como vídeos, textos, áudios, imagens, infográficos, sites. (...) Revisões gramaticais, correções factuais e enriquecimento para fins de estilo são permitidos.
Agência Pública	A equipe da Pública utiliza ferramentas que usam IA para reportagens de dados complexas, incluindo análise de redes e grandes bases de dados; não consideramos IA generativa (ex. ChatGPT) uma fonte primária de informação e seu uso como tal é proibido.
Az Mina	As ferramentas de IA são aplicadas em processos específicos, como: correção ortográfica; sugestão de títulos; sugestão de sínteses de textos para redes sociais; auxílio com tradução; sugestões de otimização de textos para SEO; síntese de conteúdos antigos já publicados
Correio Sabiá	Resumir conteúdos de textos jornalísticos ou científicos; Traduzir conteúdos em outros idiomas; Realizar 'varredura' em busca de erros ortográficos e/ou de concordância, sem alterar o trabalho produzido; Transcrever áudios (principalmente de entrevistas); Sugerir imagens relacionadas ao conteúdo falado, em vídeos; Procurar e/ou sugerir outros pontos de vista.
Agência Tatu	Pequenas melhorias textuais em conteúdos produzidos por humanos.
Núcleo Jornalismo	O uso de inteligência artificial deve ser aplicado para facilitar o trabalho do jornalismo, não produzi-lo.
Folha de São Paulo	Desde a concepção de uma pauta até a apresentação final da apuração, passando pela escrita de mensagens para fontes e pela coleta e/ou análise de grandes volumes de dados, entre outras possibilidades.

Fonte: produzido pela autora.

Além dessas utilizações mais operacionais, a análise também aponta que algumas redações autorizam o uso da tecnologia em etapas mais estratégicas do processo editorial, como a definição de pautas, análise de grandes volumes de dados e produção de conteúdos específicos para redes sociais, incluindo sugestões visuais e outras formas de interação multimídia. Contudo, essa permissão está quase sempre condicionada a uma supervisão rigorosa da equipe editorial, que deve garantir a conformidade ética e a qualidade do material produzido. Exemplos disso são os casos do Estadão e do Grupo Globo, que permitem o uso parcial ou até integral da IA na criação de textos jornalísticos, desde que haja uma revisão humana rigorosa antes da publicação e transparência clara com os leitores acerca da participação da inteligência artificial no processo de produção. Essa transparência é vista como fundamental para manter a confiança do público e a credibilidade da instituição.

Em contraste, algumas instituições jornalísticas, como a Agência Pública e o Núcleo Jornalismo, adotam uma posição mais restritiva e explícita, proibindo categoricamente o uso de ferramentas generativas de IA para a redação de textos jornalísticos. Para esses veículos, a produção textual deve preservar a originalidade, a subjetividade e o julgamento crítico que caracterizam o trabalho humano, valores considerados insubstituíveis por qualquer tecnologia automatizada. Nesse sentido, o Grupo Globo estabelece ainda limitações adicionais, vedando o uso de IA em editoriais e textos opinativos, ressaltando que a formulação de análises, juízos de valor e posicionamentos críticos deve permanecer exclusivamente sob a responsabilidade humana, preservando a autenticidade e a ética da voz institucional.

Dessa forma, é possível observar uma convergência nas redações analisadas no que diz respeito a uma perspectiva normativa que procura equilibrar o potencial inovador da inteligência artificial com a necessidade de preservar a integridade editorial e os valores essenciais do jornalismo. A IA é, em grande medida, reconhecida como um instrumento de apoio técnico e produtivo, que deve ser utilizado para otimizar processos e liberar os jornalistas para tarefas que demandam maior reflexão, criatividade e ética, mas jamais como um substituto do profissional na mediação e produção de conteúdos informativos. No entanto, apesar desse consenso, os manuais institucionais demonstram limitações importantes, pois apresentam orientações bastante genéricas e pouco detalhadas diante da diversidade e complexidade das possibilidades práticas de uso da IA nas redações.

As normativas relativas ao uso de ferramentas textuais em particular revelam-se superficiais e vagas, sem abordar de forma aprofundada os desafios e as especificidades que envolvem a aplicação efetiva da IA na produção jornalística, o que indica a necessidade de desenvolvimento de diretrizes mais robustas e contextualizadas para guiar as redações no atual cenário de rápida transformação tecnológica.

4.4 COMPROMISSO COM CAPACITAÇÃO

A análise do compromisso das redações jornalísticas com a capacitação para o uso responsável e eficaz da inteligência artificial revela que até o momento essa preocupação ainda se encontra de forma bastante limitada e pouco formalizada entre os principais veículos brasileiros.

TABELA 7 - Compromisso com a capacitação

Veículo	Há compromisso em fornecer capacitação para o uso?
AJOR	Não diz nada a respeito
Estadão	Não diz nada a respeito
Grupo Globo	SIM; O Grupo Globo investe na capacitação de seus profissionais para o uso eficaz e ético das ferramentas de IA. Essa política será revisada periodicamente pelo Conselho Editorial do Grupo Globo para adaptar-se às evoluções tecnológicas e garantir que as práticas permaneçam alinhadas com estes princípios.
Agência Pública	Não diz nada a respeito
Az Mina	SIM; Em casos de reportagens que recorram à IA para análise de dados, seu uso é detalhadamente descrito no campo Metodologia ao final do texto.
Correio Sabiá	Não diz nada a respeito
Agência Tatu	SIM: Seguiremos incentivando e desenvolvendo treinamentos de uso de Inteligência Artificial e automação na redação da Tatu, tanto para aspectos tecnológicos quanto em discussões éticas.
Núcleo Jornalismo	Não diz nada a respeito
Folha de São Paulo	Não diz nada a respeito

Fonte: produzido pela autora.

Entre os nove jornais e agências examinados apenas três, Grupo Globo, AzMina e Agência Tatu, fazem menção explícita a iniciativas de formação voltadas para o uso ético, técnico e adequado das ferramentas baseadas em IA. No caso do Grupo Globo destaca-se o investimento constante e sistemático na capacitação de seus profissionais, acompanhando as inovações tecnológicas com uma política de treinamento que é revisada periodicamente pelo Conselho Editorial da empresa. Essa prática evidencia um esforço institucional para manter o corpo jornalístico atualizado não apenas em termos de domínio técnico, mas também em relação às questões éticas que emergem com o avanço da automação e da inteligência artificial no campo do jornalismo.

A Agência Tatu por sua vez reforça esse compromisso com treinamentos que abrangem tanto aspectos práticos e operacionais quanto discussões sobre a ética na utilização da IA, sinalizando uma preocupação em formar profissionais conscientes dos impactos e dos limites da tecnologia. Já a AzMina apresenta uma abordagem mais pontual e específica, destacando que quando a IA é empregada em suas reportagens principalmente nas atividades relacionadas à análise de grandes volumes de dados, a metodologia utilizada é detalhadamente descrita na seção “Metodologia” das matérias. Essa prática implica uma dimensão pedagógica, uma vez que compartilha com o público o processo de trabalho e as ferramentas empregadas, promovendo transparência e contribuindo para a compreensão crítica do uso da tecnologia no jornalismo.

Em contrapartida, os demais veículos analisados incluindo importantes e influentes redações como Estadão, Folha de S.Paulo e Agência Pública não apresentam declarações específicas sobre a existência de programas de capacitação ou formação continuada voltados ao uso da inteligência artificial. Essa ausência de menção a políticas formais ou iniciativas de treinamento sugere que essas organizações ainda não estabeleceram uma preocupação institucional clara ou estruturada com a qualificação dos seus profissionais para lidar com as tecnologias emergentes. Tal lacuna revela-se preocupante pois a falta de uma formação adequada pode comprometer a adoção responsável da IA no jornalismo, dificultando o desenvolvimento de práticas éticas, críticas e eficazes no manuseio dessas ferramentas.

4.5 ORIENTAÇÕES SOBRE OS RISCOS DO USO

A análise dos documentos institucionais revela uma preocupante escassez de diretrizes claras e aprofundadas sobre os riscos associados ao uso da inteligência artificial na produção de conteúdo jornalístico. Dos nove manuais avaliados, apenas dois, os da AJOR (Associação de Jornalismo Digital) e do Estadão, abordam os perigos inerentes à adoção dessas tecnologias no âmbito do jornalismo, enquanto Az Mina cita o risco para abordagens e representações enviesadas e preconceituosas e Folha de São Paulo menciona ações para “evitar as chamadas alucinações (erros factuais), plágios e vieses”.

TABELA 8 - Exposição dos riscos do uso da IA

Veículo	Há orientações claras sobre os riscos do uso na produção de conteúdo?
AJOR	SIM; Ao mesmo tempo que abre um universo de possibilidades para otimizar processos nas redações, a inteligência artificial também oferece riscos significativos para o jornalismo, em especial pelo fato de que as ferramentas podem gerar informações falsas e imprecisas, ferindo os princípios jornalísticos da veracidade e da precisão.
Estadão	SIM; temos também plena consciência de que existem riscos inerentes ao uso indiscriminado de tais ferramentas, sobretudo em uma atividade tão essencial para a manutenção do Estado Democrático de Direito quanto a Imprensa.
Grupo Globo	Não diz nada a respeito
Agência Pública	Não diz nada a respeito
Az Mina	Não diz nada a respeito, mas há informações sobre abordagens e representações enviesadas e preconceituosas.
Correio Sabiá	Não diz nada a respeito
Agência Tatu	Não diz nada a respeito
Núcleo Jornalismo	Não diz nada a respeito
Folha de São Paulo	Não diz nada a respeito, mas menciona ações para evitar as chamadas alucinações (erros factuais), plágios e vieses.

Fonte: Produzido pela autora.

A AJOR destaca que, embora a inteligência artificial ofereça amplas possibilidades para a otimização dos processos produtivos nas redações, seu uso acarreta riscos significativos, especialmente devido à sua capacidade de gerar informações falsas, imprecisas ou manipuladas. Essas limitações tecnológicas representam uma ameaça direta aos princípios fundamentais do jornalismo, como a veracidade, a precisão e a confiabilidade das informações transmitidas ao público, colocando em risco a credibilidade das instituições jornalísticas e a integridade do processo informativo.

De maneira similar, o Estadão reconhece os perigos potenciais que surgem do uso indiscriminado e descontrolado de ferramentas de inteligência artificial, especialmente em um contexto no qual o jornalismo exerce uma função crucial para a manutenção do Estado Democrático de Direito. O jornal reforça que a imprensa, enquanto instituição essencial para a fiscalização do poder e para a formação da opinião pública, deve adotar uma postura crítica e responsável em relação à incorporação dessas tecnologias, ponderando os benefícios contra os riscos éticos, editoriais e sociais. O reconhecimento desses riscos aponta para a necessidade de uma governança rigorosa e criteriosa do uso da IA, garantindo que as inovações não comprometam a missão fundamental do jornalismo.

Em contrapartida, os demais veículos avaliados, incluindo grandes e influentes organizações como Grupo Globo, Folha de S.Paulo, Agência Pública, Núcleo Jornalismo, Correio Sabiá, AzMina e Agência Tatu, não apresentam diretrizes específicas ou reflexões aprofundadas sobre os riscos editoriais, éticos ou informacionais decorrentes do uso de inteligência artificial em suas práticas jornalísticas. Essa lacuna nas políticas internas demonstra uma fragilidade significativa na abordagem crítica e estratégica necessária para enfrentar os desafios tecnológicos impostos pela automação e pela geração de conteúdo assistida por IA. No caso do Grupo Globo, há um alerta sobre responsabilidade, mas não há a abordagem direta acerca dos riscos, conforme mostra o seguinte trecho “A responsabilidade final pelo conteúdo veiculado, entretanto, será sempre dos profissionais envolvidos, e 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”. (Observação: os travessões que são característicos do texto produzido pelo ChatGPT constam nesse trecho, assim como em outro trecho também, o que

sugere um alerta acerca do uso de travessões no texto profissional, seja jornalístico ou na produção de um documento, como é o caso dessas diretrizes publicadas).

Dessa forma, a constatação dessa insuficiência normativa evidencia a urgência de aprofundamento e ampliação das políticas internas relacionadas ao uso da inteligência artificial nas redações jornalísticas. É fundamental que as organizações jornalísticas adotem uma postura proativa na criação de diretrizes abrangentes que não apenas orientem o uso técnico da IA, mas que também promovam a reflexão ética, o controle rigoroso dos processos automatizados e a implementação de estratégias eficazes para a prevenção de danos informacionais e editoriais.

4.6 ORIENTAÇÕES SOBRE O USO PARA IMAGENS

A totalidade dos manuais avaliados apresenta orientações específicas e detalhadas sobre a utilização da IA em conteúdos visuais, revelando uma postura geralmente cuidadosa e em muitos casos pautada por princípios éticos rigorosos frente à incorporação dessa tecnologia no ambiente jornalístico.

TABELA 9 - orientações sobre manipulação de imagens

Veículo	Há orientações específicas para manipulação de imagens?
AJOR	SIM; De imagens realistas a artes gráficas, os conteúdos visuais também podem ser concebidos a partir de descrições textuais em ferramentas de IA, como Dall-E e o Midjourney. Importante ressaltar que as problemáticas éticas também são vastas nesse terreno.
Estadão	SIM; O uso de programas de melhoria gráfica em imagens é restrito aos recursos de ferramentas já disponibilizadas para a Redação.
Grupo Globo	SIM; Os jornalistas do Grupo Globo irão considerar o uso de inteligência artificial para otimizar a produção de reportagens nos seus mais diversos formatos, como vídeos, textos, áudios, imagens, infográficos, sites.
Agência Pública	SIM
Az Mina	SIM: Desde 2015 AzMina é reconhecida por sua identidade visual, e imagens geradas por IA têm o único fim de complementar essa limitação de raças, corpos e temáticas desenvolvidas em diversos

	produtos. Elas serão utilizadas apenas para fins ilustrativos e, nesses casos, a informação de que houve uso de IA constará na legenda das imagens. - Link para a matéria
Correio Sabiá	SIM
Agência Tatu	SIM
Núcleo Jornalismo	SIM; usar IAs para criar ilustrações em casos urgentes e muitos excepcionais, sempre preferindo utilizar imagens feitas por artistas, ilustradores e designers da equipe ou freelancers;
Folha de São Paulo	SIM: 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

Fonte: produzido pela autora

Veículos como a AJOR (Associação de Jornalismo Digital) e a AzMina destacam de forma enfática as implicações éticas associadas ao uso da IA para a criação de imagens, reconhecendo os desafios e potenciais problemas que emergem ao empregar essas ferramentas para gerar imagens que podem ser realistas ou artísticas. A AJOR, por exemplo, chama atenção para o funcionamento de ferramentas de IA como Dall-E e Midjourney, que são capazes de produzir conteúdos visuais a partir de descrições textuais, mas simultaneamente alerta para os dilemas éticos que esse processo suscita, sobretudo em termos de autoria, originalidade e possíveis manipulações enganosas. De modo semelhante, a AzMina adota uma orientação que restringe o uso das imagens geradas por IA para complementar a representatividade visual em matérias que abordam diversidade de temas, raças e corpos, buscando preencher lacunas quando o material fotográfico convencional não atende adequadamente a esses aspectos. Além disso, a AzMina destaca a importância da transparência, recomendando que o uso dessas imagens seja explicitamente informado ao público por meio da indicação clara nas legendas, a fim de preservar a confiança e a credibilidade da produção jornalística.

O Estadão e o Grupo Globo adotam uma postura que estabelece restrições mais específicas quanto ao emprego da inteligência artificial em conteúdos visuais, enfatizando que toda aplicação dessas ferramentas deve ocorrer sob rigorosa supervisão humana. No caso do Grupo Globo, é permitida a utilização da IA para otimizar a produção de reportagens em múltiplos formatos, incluindo imagens, vídeos e gráficos, porém a empresa ressalta que a IA não deve ser empregada para

a criação de textos opinativos ou editoriais, resguardando a responsabilidade humana nesses momentos de análise e julgamento crítico. De modo alinhado, a Folha de S.Paulo autoriza o uso da IA exclusivamente para a criação de ilustrações, estabelecendo uma proibição clara para a publicação de imagens produzidas por inteligência artificial que possam se assemelhar a fotografias reais, evitando assim confusões e possíveis manipulações de percepção do público.

Outros veículos, tais como o Núcleo Jornalismo e a Agência Tatu, adotam uma política ainda mais restritiva em relação ao uso da IA para produção visual, autorizando sua utilização apenas em situações excepcionais, como em casos de urgência ou impossibilidade de recorrer a outras alternativas. Nesses casos, a preferência é pelo uso de ilustrações feitas por artistas ou profissionais especializados, o que reafirma a valorização do trabalho humano e a preocupação com a autenticidade e qualidade do conteúdo visual. Já a Agência Pública, o Correio Sabiá e a Agência Tatu também mencionam a permissão para a utilização da IA em imagens e conteúdos visuais, porém suas orientações são menos detalhadas, não especificando claramente as condições ou limites para tal uso, o que pode indicar uma área ainda em desenvolvimento dentro das políticas editoriais desses veículos.

Em suma, a análise dos manuais revela que o tratamento conferido ao uso da inteligência artificial na manipulação e produção de imagens e vídeos nas redações brasileiras reflete uma postura crítica e ponderada. Essa abordagem busca equilibrar a incorporação das inovações tecnológicas com a preservação dos valores éticos e dos princípios fundamentais do jornalismo, sobretudo no que diz respeito à transparência, à supervisão humana e à integridade do conteúdo produzido. As diretrizes, em sua maioria, reforçam a necessidade de manter um controle rigoroso sobre o uso dessas tecnologias, evitando que as imagens geradas artificialmente se confundam com fotografias reais, o que poderia comprometer a confiança do público e a credibilidade das instituições jornalísticas. Dessa forma, os documentos analisados evidenciam o esforço das organizações jornalísticas brasileiras para garantir que a inteligência artificial seja utilizada como um instrumento auxiliar responsável, sempre subordinado à curadoria crítica e ética do profissional de jornalismo.

4. 7 PRIVACIDADE E SEGURANÇA

Nos manuais dos veículos jornalísticos investigados, observou-se que apenas o Estadão e o Globo apresentam informações sobre as questões de privacidade e segurança no uso da inteligência artificial (IA) no contexto da produção jornalística. No caso do Estadão, há tópicos específicos que tratam da proteção de conteúdo proprietário, proteção de dados pessoais e proteção de dados empresariais, segredos de negócios e furos jornalísticos do Grupo Estado. No caso do Grupo Globo, consta a seguinte informação, “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”. Em contrapartida, os demais veículos consultados, incluindo importantes organizações como a AJOR (Associação de Jornalismo Digital), a Agência Pública, Az Mina, Correio Sabiá, Agência Tatu, Núcleo Jornalismo e a Folha de São Paulo, não apresentam orientações específicas ou normativas dedicadas à proteção da privacidade dos dados nem à segurança das informações processadas pelas ferramentas de IA.

TABELA 10 - Privacidade e segurança das informações

Veículo	Privacidade e Segurança
AJOR	Não diz nada a respeito
Estadão	Sim.
Grupo Globo	Sim
Agência Pública	Não diz nada a respeito
Az Mina	Não diz nada a respeito
Correio Sabiá	Não diz nada a respeito
Agência Tatu	Não diz nada a respeito
Núcleo Jornalismo	Não diz nada a respeito
Folha de São Paulo	Não diz nada a respeito

Fonte: produzido pela autora.

Vale ressaltar que embora Estadão e Globo apresentem informações sobre o tema, elas são superficiais e não aprofundadas. Percebe-se que há uma ausência generalizada de diretrizes específicas sobre privacidade e segurança o que revela

uma lacuna significativa nas políticas internas de governança algorítmica dessas organizações jornalísticas. Tal deficiência é especialmente preocupante quando se considera que a aplicação da inteligência artificial no jornalismo envolve frequentemente o tratamento de grandes volumes de dados, muitos dos quais podem ser de natureza pessoal, sensível ou até mesmo confidencial. A manipulação, armazenamento e análise desses dados, sem uma regulamentação clara, expõem os veículos a riscos relacionados a vazamentos, uso indevido, invasões e outros tipos de vulnerabilidades que podem comprometer não apenas a integridade da informação, mas também a privacidade dos indivíduos envolvidos.

Diante desse contexto, fica evidente a urgência de que os veículos jornalísticos desenvolvam e implementem políticas mais robustas, específicas e transparentes no que diz respeito à governança da inteligência artificial. Essas políticas deveriam estar alinhadas às legislações vigentes de proteção de dados, como a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil, e a padrões internacionais de segurança da informação. O desenvolvimento dessas diretrizes não deve se limitar apenas ao cumprimento formal da lei, mas também incluir a criação de protocolos rigorosos para a gestão dos dados, a formação dos profissionais sobre práticas seguras e éticas no manuseio da IA, e mecanismos claros de responsabilização em casos de falhas ou abusos.

Além disso, essas medidas seriam fundamentais para garantir a segurança da informação no exercício da atividade jornalística, preservando tanto a confidencialidade dos dados quanto a confiança do público nas instituições de mídia. Políticas eficazes nesse âmbito podem ainda contribuir para a construção de uma relação mais transparente entre jornalistas, organizações e audiência, demonstrando um compromisso institucional com a ética digital e a responsabilidade social no uso de tecnologias emergentes. Portanto, a ausência de orientações específicas sobre privacidade e segurança no uso da IA representa um desafio urgente e uma oportunidade para as redações brasileiras aprimorarem sua governança tecnológica, protegendo melhor os direitos dos indivíduos e fortalecendo a integridade do jornalismo contemporâneo.

4.8 REVISÃO HUMANA

A revisão humana é amplamente reconhecida como um componente fundamental e indispensável no uso da inteligência artificial na produção jornalística,

conforme indicam as diretrizes estabelecidas pelos veículos investigados nesta pesquisa.

TABELA 11 - Revisão humana

Veículo	Revisão Humana
AJOR	Obrigatória e imprescindível
Estadão	Obrigatória
Grupo Globo	Integrante e fundamental
Agência Pública	Obrigatória
Az Mina	Obrigatória
Correio Sabiá	Obrigatória
Agência Tatu	Obrigatória
Núcleo Jornalismo	Obrigatória
Folha de São Paulo	Obrigatória

Fonte: produzido pela autora.

A maioria expressiva dos veículos analisados, incluindo importantes organizações como a AJOR, o Estadão, o Grupo Globo, a Agência Pública, Az Mina, Correio Sabiá, Agência Tatu, Núcleo Jornalismo e Folha de São Paulo classificam a revisão humana como uma etapa obrigatória do processo produtivo. Essa obrigatoriedade é destacada por esses veículos justamente por sua relevância em garantir a precisão, a ética e a qualidade final do conteúdo gerado com o auxílio da inteligência artificial. A presença da revisão humana representa, assim, uma salvaguarda crucial para a integridade das informações, assegurando que todo material produzido com o suporte tecnológico seja cuidadosamente validado e verificado por profissionais qualificados antes de ser disponibilizado ao público.

Esse procedimento de revisão não apenas visa corrigir eventuais erros factuais ou imprecisões que possam ser decorrentes da automação, mas também funciona como um filtro ético e editorial, protegendo os padrões jornalísticos que norteiam a produção de conteúdo responsável. A intervenção humana possibilita a contextualização, a análise crítica e o julgamento necessário para evitar distorções, preconceitos ou vieses que, por vezes, podem estar presentes nas respostas geradas por algoritmos automatizados. A revisão manual, portanto, reforça a

confiança do público na credibilidade das notícias, demonstrando o compromisso dos veículos com a veracidade e a transparência informativa.

Em contrapartida, um dos veículos pesquisados, a Folha de São Paulo, adota uma postura ligeiramente distinta, classificando a revisão humana como obrigatória apenas nos casos dos conteúdos dedicados à publicação. E deixa como recomendada a revisão humana em outras circunstâncias, tal como o seguinte trecho das diretrizes:

A revisão humana é recomendável em qualquer uma dessas situações (desde a concepção de uma pauta até a apresentação final da apuração, passando pela escrita de mensagens para fontes e pela coleta e/ou análise de grandes volumes de dados, entre outras possibilidades) e é obrigatória nos conteúdos voltados à publicação, sejam eles parciais ou integrais). (FOLHA DE SÃO PAULO, 2024⁵⁷)

Essa abordagem mais flexível sugere uma maior abertura para a experimentação e uso da inteligência artificial, ainda que com cautela, sem, contudo, dispensar completamente a supervisão humana. Entretanto, há risco para essa abertura. Um exemplo é a possibilidade de enviar uma mensagem para uma fonte sem revisar e cometer algum erro. Ou então, coletar grande volume de dados e analisar os dados sem fazer a checagem manual, o que também pode abrir margem para erros na construção de reportagens.

De forma geral, a prevalência da exigência de revisão humana obrigatória entre a maioria dos veículos analisados evidencia a compreensão coletiva da importância da intervenção humana como elemento central na supervisão e validação dos conteúdos gerados por IA. Essa prática mostra-se indispensável para assegurar que o material produzido esteja em total conformidade com os rigorosos padrões jornalísticos de veracidade, qualidade e ética. Ademais, a revisão humana funciona como uma barreira protetora contra os riscos inerentes à utilização de tecnologias automatizadas, como a propagação de erros, a disseminação de informações falsas e a potencial perda de contexto ou sensibilidade editorial. Portanto, o papel da revisão humana é visto como insubstituível para garantir a responsabilidade e a excelência no jornalismo assistido por inteligência artificial, fortalecendo a confiança do público e preservando a missão social da imprensa em tempos de rápida transformação tecnológica.

⁵⁷ [Inteligência Artificial - Manual de Redação - Conduta - Projeto Editorial da Folha - Folha de S.Paulo](#)

4.9 TRANSPARÊNCIA

As análises detalhadas dos manuais institucionais indicam um comprometimento significativo por parte das redações jornalísticas brasileiras em assegurar a transparência no uso da inteligência artificial dentro dos seus processos de produção de conteúdo.

TABELA 12 - Transparência sobre o uso da IA

Veículo	Transparência com leitores sobre o uso de IA
AJOR	O leitor deve ser informado sobre quando e como a IA é usada pela organização
Estadão	Ao utilizar ferramentas de IA na criação ou edição de Conteúdos, tal fato deverá ser obrigatoriamente indicado
Grupo Globo	O Grupo Globo se compromete a informar ao público sobre o uso de inteligência artificial em seus conteúdos jornalísticos.
Agência Pública	Quando usada, será marcada para o leitor
Az Mina	Pretendemos compartilhar de forma transparente o uso da Inteligência artificial n'AzMina.
Correio Sabiá	Além de esclarecer quando usamos AI, também tentamos sempre mostrar como usamos AI. Ou seja, descrevemos os processos para que fiquem transparentes os benefícios da ferramenta para os leitores.
Agência Tatu	Quando o uso for majoritário, sim. Caso contrário, não.
Núcleo Jornalismo	Nunca publicaremos elementos aceitáveis (como sumários) sem indicação de que foram gerados por IAs;
Folha de São Paulo	No caso de imagens geradas por IA, destacam que "a autoria da imagem deve ser informada com destaque".

Fonte: produzido pela autora.

A grande maioria dos veículos investigados, entre eles a AJOR, o Estadão, o Grupo Globo, a Agência Pública, Az Mina, Correio Sabiá, Agência Tatu e Núcleo Jornalismo, demonstra um esforço consistente para adotar práticas claras e explícitas de divulgação sobre a aplicação da IA. Essas práticas incluem informar os leitores sempre que a tecnologia é empregada em qualquer etapa da produção jornalística, assim como detalhar os processos envolvidos e os benefícios esperados com o uso dessas ferramentas. Ao promover essa abertura, os veículos evidenciam

uma preocupação crescente com a manutenção da credibilidade e da confiança do público, reconhecendo que a compreensão do funcionamento das tecnologias por parte dos leitores é um elemento crucial para fortalecer a transparência e a legitimidade da produção jornalística contemporânea.

Esse compromisso com a transparência ganha ainda mais relevância em um contexto no qual as ferramentas de inteligência artificial estão se tornando cada vez mais comuns e integradas às rotinas das redações. À medida que a automação, a análise de dados e a geração assistida de conteúdo passam a fazer parte do cotidiano jornalístico, a gestão ética e transparente dessas tecnologias torna-se um imperativo para garantir que o uso da IA seja não apenas eficaz, mas também alinhado aos valores e princípios do jornalismo responsável. A divulgação clara do uso da IA, portanto, não apenas informa o público, mas também atua como uma forma de prestação de contas, mostrando que os veículos estão atentos aos possíveis impactos e limitações das tecnologias aplicadas, além de respeitar o direito do leitor de saber como o conteúdo que consome foi produzido.

Por outro lado, é importante destacar que a Folha de São Paulo não aborda explicitamente a questão da transparência em seu manual sobre o uso da inteligência artificial. Essa ausência indica uma possível lacuna na formalização das diretrizes relacionadas à comunicação aberta sobre a utilização de IA, o que pode representar um ponto de atenção para futuras atualizações das políticas internas da redação. A falta de orientação específica sobre transparência nesse aspecto sugere que, apesar do avanço na adoção tecnológica, nem todos os veículos tenham consolidado uma postura clara sobre a importância de informar seus públicos acerca da intervenção da inteligência artificial na elaboração dos conteúdos jornalísticos. Assim, o cenário geral aponta para um movimento positivo e crescente rumo à transparência, ainda que haja espaço para aprimoramento e padronização das práticas nesse campo, visando assegurar que a integração da IA ao jornalismo ocorra de forma ética, responsável e aberta ao escrutínio público.

4.10 EXISTÊNCIA DE COMITÊ DE IA

A análise das informações disponíveis evidencia a existência de abordagens bastante distintas adotadas por veículos jornalísticos brasileiros no que diz respeito

à institucionalização de instâncias ou estruturas responsáveis por avaliar, monitorar e deliberar sobre o uso da inteligência artificial em seus processos produtivos. Enquanto algumas organizações já dispõem de mecanismos formais, estruturados e reconhecidos para essa finalidade, outras não fazem qualquer menção a procedimentos específicos ou órgãos dedicados à governança da IA, o que revela uma variação significativa na maturidade institucional e na formalização das políticas internas relacionadas a essa tecnologia emergente.

TABELA 13 - Existência de comitê de IA

Veículo	Possui comitê/conselho/equipe de IA para análises e decisões?
AJOR	Não diz nada a respeito
Estadão	Comitê de Inteligência Artificial
Grupo Globo	Conselho Editorial do Grupo Globo
Agência Pública	Só citam uma "equipe da Agência Pública"
Az Mina	"Cabe aos seres humanos d'AzMina decidir sobre o que é relevante, original, tem valor para a nossa audiência e está dentro das nossas diretrizes editoriais"
Correio Sabiá	Não diz nada a respeito
Agência Tatu	Não diz nada a respeito
Núcleo Jornalismo	Não diz nada a respeito
Folha de São Paulo	Análises feitas pela Direção de Redação

Fonte: produzido pela autora.

Um exemplo claro de institucionalização robusta pode ser observado no jornal O Estado de S. Paulo, que declara explicitamente a existência de um Comitê de Inteligência Artificial, uma instância dedicada ao acompanhamento sistemático e à normatização do uso da tecnologia em seu ambiente editorial. Essa estrutura formal reflete uma preocupação em estabelecer canais claros de supervisão e tomada de decisão, garantindo que a aplicação da IA esteja alinhada a critérios éticos, técnicos e jornalísticos rigorosos. De maneira similar, o Grupo Globo atribui essa responsabilidade ao seu Conselho Editorial, que atua com a função de revisar periodicamente suas diretrizes e políticas relacionadas à inteligência artificial, considerando os avanços tecnológicos e as mudanças no cenário midiático. Essa

prática evidencia uma política de atualização contínua, que busca equilibrar inovação com supervisão ética e controle editorial, reforçando a importância de manter um diálogo constante sobre os desafios e possibilidades trazidos pela IA.

No caso da Folha de S. Paulo, a governança do uso da inteligência artificial parece estar centralizada em uma instância hierarquicamente superior, já que a Direção de Redação é apontada como responsável por conduzir as análises e decisões referentes ao tema. Essa configuração sugere uma concentração decisória que pode garantir uma supervisão firme e alinhada às diretrizes editoriais da instituição, embora não necessariamente envolva a criação de comitês ou equipes específicas para tratar da questão da IA.

Por outro lado, veículos como a Agência Pública adotam uma postura mais discreta, mencionando apenas a existência de uma “equipe” encarregada de tratar do tema da inteligência artificial, porém sem detalhar sua composição, estrutura ou responsabilidades específicas. Essa falta de clareza pode indicar uma governança menos formalizada ou ainda em processo de desenvolvimento, o que dificulta a compreensão do grau de controle e supervisão que essas organizações exercem sobre o uso da tecnologia. No mesmo sentido, a AzMina enfatiza a autonomia editorial humana como princípio fundamental, afirmando que as decisões sobre a relevância, originalidade e adequação do conteúdo permanecem sob a responsabilidade exclusiva dos profissionais da redação. No entanto, não há menção à existência de uma equipe formalizada ou de um comitê específico para gerir o uso da inteligência artificial, indicando uma abordagem mais baseada em princípios gerais do que em estruturas organizacionais definidas.

Finalmente, veículos como AJOR, Correio Sabiá, Agência Tatu e Núcleo Jornalismo não apresentam informações acerca da existência de conselhos, comitês, equipes especializadas ou quaisquer mecanismos institucionais dedicados ao acompanhamento do uso da inteligência artificial. Essa ausência pode significar, por um lado, que essas organizações ainda não instituíram formalmente tais instâncias; por outro, pode indicar uma falta de transparência ou divulgação pública sobre a existência dessas estruturas, caso existam. De qualquer forma, a inexistência declarada ou não divulgada dessas instâncias evidencia uma menor formalização das políticas internas voltadas para a governança algorítmica nesses veículos.

Em suma, os dados coletados revelam uma grande diversidade nas estratégias e níveis de governança adotados pelas redações jornalísticas brasileiras diante da crescente incorporação da inteligência artificial. Essa variedade reflete diferentes estágios de maturidade institucional, níveis de formalização e prioridades organizacionais, indicando que o campo ainda está em processo de construção e adaptação para lidar de forma eficaz, ética e transparente com os desafios trazidos pela tecnologia no ambiente midiático contemporâneo.

4.11 SÍNTESE DOS DADOS EMPÍRICOS

A título de síntese do capítulo fica a conclusão de que os manuais são muito sintéticos, especialmente no caso da Folha de São Paulo que apresenta o menor e mais incompleto conteúdo. Já a AJOR se coloca como referência apresentando o documento mais completo.

O número de palavras dos documentos, por exemplo, variou significativamente, indicando diferentes graus de aprofundamento nas abordagens. Em comum, todos os veículos reconhecem a IA como ferramenta de suporte, mantendo o protagonismo do jornalista no processo de produção. A maior parte das redações permite o uso da tecnologia para tarefas operacionais, como transcrição, tradução e sugestões de SEO, mas impõe limites à geração de textos e conteúdos opinativos.

Apenas alguns veículos mencionam compromissos com a capacitação profissional, e poucos abordam de forma explícita os riscos associados ao uso da IA. No campo visual, há diretrizes sobre imagens e vídeos gerados por IA, geralmente com foco na ética, supervisão humana e transparência. No entanto, nenhum manual analisado apresenta orientações sobre privacidade e segurança de dados. A revisão humana é, em sua maioria, obrigatória, e a transparência sobre o uso da tecnologia é uma diretriz predominante entre os veículos.

TABELA 14 - Síntese dos dados empíricos

Critério	Análise
Número de palavras	Predominância de manuais sintéticos

Privacidade e segurança	Pouca atenção dada à privacidade e segurança das informações
Ferramenta de suporte	IA é vista como ferramenta de suporte nas redações
Imagens e vídeos	Pouca atenção dada especificamente para o campo visual
Capacitação	Não há compromisso declarado das redações com a capacitação de profissionais para o uso da tecnologia
Alertas sobre riscos	Não há presença de diretrizes claras sobre os riscos associados à aplicação de IA na produção de conteúdo jornalístico
Tipos de uso	A maior parte das redações permite o uso da tecnologia para tarefas operacionais, como transcrição, tradução e sugestões de SEO, mas impõe limites à geração de textos e conteúdos opinativos.
Revisão humana	Revisão humana nos processos mediados por IA é regra
Transparência	Indicação da necessidade de informes de transparência com os leitores em relação ao uso da tecnologia é regra
Comitê de IA	Não há predominância de existência de comitês, conselhos ou equipes especializadas em IA responsáveis por análises e decisões institucionais.

Fonte: a autora.

Por fim, a existência de comitês ou instâncias de governança é reconhecida apenas por algumas organizações, como o Estadão e o Grupo Globo, o que evidencia diferentes estágios de institucionalização das práticas de regulação interna da IA no jornalismo.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa se propôs a lançar reflexões sobre o uso da inteligência artificial no jornalismo a partir da análise de como as empresas jornalísticas dizem que usam a IA. Para isso, foram analisados os manuais de redação. A pesquisa bibliográfica mostrou que há fortes discussões acerca dos impactos, riscos e uso ético da IA no jornalismo. Este trabalho dedicou esforços para detalhar seus métodos investigatórios com o uso da IA, pois entende-se que por se tratar deste tema, é de relevância compreender as contribuições e fracassos que essa tecnologia traz para a construção da pesquisa. O objeto empírico foi composto por nove veículos de comunicação que publicaram suas diretrizes para o uso de IA entre os anos de 2023 e 2024. Conforme exposto no capítulo quatro, foram analisados dez parâmetros de análise para estudar esses manuais de IA.

É importante salientar que, entre os mais de 14 mil veículos de imprensa existentes no Brasil, apenas nove desenvolveram seus próprios manuais de uso da inteligência artificial. Chama a atenção a escassez de manuais disponibilizados. Num universo midiático de proporções continentais, como é o caso do Brasil, a descoberta de apenas 9 guias demonstra que ainda é preciso avançar nas discussões sobre as diretrizes sobre o uso da IA no jornalismo. Grupos de comunicação consolidados, grandes jornais e redes de televisão não dispõem de guias, o que mostra o distanciamento dessas instituições aos processos educativos para o uso da IA, que é imprescindível para o manejo das informações em tempos de IA. O mundo está vivenciando intensamente as transformações comunicacionais geradas por essa tecnologia e é papel dos veículos de comunicação trabalhar com responsabilidade e disseminar as boas práticas para esse uso.

Em Santa Catarina, estado onde esta pesquisa está sendo conduzida, não foi identificado nenhum veículo de comunicação que possua diretrizes específicas para o uso dessas tecnologias. Embora Florianópolis frequentemente receba o título de “ilha do silício” devido à sua forte vinculação com o setor de tecnologia, nenhuma startup de comunicação sediada na região figura entre os veículos que elaboraram guias de IA. Já o estado de São Paulo mantém sua posição de vanguarda no jornalismo nacional, concentrando seis das nove iniciativas registradas até o momento.

Com base na análise documental de diretrizes e orientações institucionais de diferentes veículos jornalísticos brasileiros, conclui-se que há uma adoção crescente, porém heterogênea, de normas relativas ao uso da inteligência artificial no jornalismo. Embora a maioria das redações investigadas reconheça a IA como ferramenta de apoio e reforce a centralidade do trabalho humano na produção de conteúdo, há variações significativas quanto à formalização de diretrizes, profundidade das orientações e compromisso institucional com aspectos éticos, técnicos e comunicacionais.

A revisão humana aparece como uma exigência amplamente consolidada, sinalizando uma tentativa de mitigar os riscos associados à automatização de processos. Do mesmo modo, a transparência com os leitores quanto ao uso de IA é destacada por diversas redações, ainda que, na prática, nem sempre existam protocolos claros de comunicação. Quanto à capacitação profissional, há poucas iniciativas e demonstrações explícitas com o treinamento contínuo de suas equipes, o que evidencia uma lacuna relevante diante da complexidade das ferramentas emergentes. Em relação à manipulação de imagens e vídeos, observa-se um esforço mais consistente para normatizar seu uso, especialmente no que diz respeito à ilustração e à integridade editorial.

Por outro lado, temas sensíveis como privacidade, segurança e a constituição de instâncias deliberativas específicas para o acompanhamento do uso da IA (comitês, conselhos ou equipes especializadas) ainda são pouco abordados, indicando uma fragilidade nas estruturas institucionais de governança tecnológica. Assim, a pesquisa evidencia que, embora existam avanços importantes, o campo jornalístico brasileiro ainda enfrenta desafios significativos no desenvolvimento de políticas mais robustas, transparentes e alinhadas aos princípios da ética jornalística no contexto do uso de inteligência artificial.

Também chama a atenção a falta de ações de comprometimento dos veículos com a capacitação para o uso da IA. Entre os nove jornais e agências examinados apenas três, Grupo Globo, AzMina e Agência Tatu, fazem menção explícita a iniciativas estruturadas de formação voltadas para o uso ético, técnico e adequado das ferramentas baseadas em IA. Esse cenário torna-se ainda mais desafiador diante do ritmo acelerado de evolução das tecnologias de automação e geração de conteúdo, que exigem constante atualização dos profissionais e das diretrizes institucionais para que o uso da inteligência artificial seja incorporado de

forma segura, transparente e alinhada aos valores jornalísticos. Portanto, a carência de programas estruturados de capacitação representa um importante obstáculo para a consolidação de um jornalismo que utilize a IA não apenas como um recurso técnico, mas como uma ferramenta integrada a processos que valorizam a ética, a qualidade e a responsabilidade social da informação produzida. Assim, torna-se imperativo que as redações ampliem seus investimentos e esforços na formação de seus colaboradores, criando políticas claras e sistemáticas que acompanhem a evolução tecnológica e promovam o desenvolvimento de competências críticas, técnicas e éticas para o exercício do jornalismo em uma era marcada por profundas transformações digitais.

Quanto às transformações do jornalismo acerca do uso da inteligência artificial, a pesquisa mapeou as principais discussões e demonstra que a falta de normativas e procedimentos editoriais abre espaço para produções enviesadas uma vez que jornalistas utilizam a inteligência artificial sem compreender claramente o potencial do impacto na qualidade da apuração, do texto e a observação de aspectos éticos relevantes. Na prática, somente as grandes empresas jornalísticas possuem recursos para fazer investimentos na tecnologia e exploração da tecnologia e potencializar o uso da IA para o jornalismo. Ainda assim, essas empresas não demonstram investir em treinamento de seus profissionais e nem mesmo constroem diretrizes básicas. Já as pequenas redações, que são a maioria, fazem o uso da inteligência artificial através de ferramentas gratuitas como o ChatGPT, que fornece uma série de imprecisões em seus episódios de alucinação, o que representa grande risco para a qualidade da produção jornalística e que enseja a importância de ter regramentos que deixem claro que a ferramenta só pode ser usada mediante revisão humana.

Cabe questionar os impactos desse descuido com a observação dos pilares éticos no uso indiscriminado da IA na credibilidade, uma vez que são pilares como a precisão e a busca pela verdade que sustentam a essência do jornalismo. Uma vez que o jornalismo já sofreu um impacto relevante com a popularização de mídias sociais em que todos passaram a ser produtores de notícias competindo com os jornalistas, esse cenário se torna ainda mais desafiador quando todos os produtores de conteúdos têm a inteligência artificial como ferramenta adicional para aprimorar suas produções. O único caminho para o jornalismo manter sua relevância e confiança é zelar pelo seu arcabouço ético que sustenta a sua credibilidade e assim

se manter valioso junto ao público. A construção de diretrizes para o uso da inteligência artificial não serve para engessar a produção jornalística e sim para protegê-la. Máquinas não seguem princípios éticos, não pensam, não sentem. O jornalismo se rebaixa quando trabalha com a possibilidade de competir com os robôs. Na verdade, os algoritmos são grandes aliados da produção jornalística desde que os profissionais sejam treinados para saber explorar essas ferramentas de forma técnica para garantir produtividade e aprimoramento do conteúdo editorial.

Essa pesquisa também desperta para a necessidade de ampliar os estudos acerca dos impactos da IA na produção textual jornalística. A inteligência artificial generativa se popularizou justamente pela capacidade de forjar pensamentos e sentimentos e tem apresentado resultados impressionantes, sobretudo em diálogos em que humanos desenvolvem com o ChaGPT e em textos solicitados para essa ferramenta. No entanto, uma análise mais criteriosa revela diversas lacunas que merecem ser investigadas e explicitadas. Assim, esta pesquisa aponta como recomendação a ampliação de estudos acadêmicos voltados ao uso da IA no jornalismo. Dada a contemporaneidade do assunto e atualização constante, é necessário observar o acontecimento de fenômenos quase em tempo real e poderia inclusive ser criado um observatório da IA no jornalismo, para monitorar de forma constante essas atualizações e apoiar os jornalistas no uso dessas ferramentas de forma que qualifique a produção jornalística.

A presente investigação propõe um alerta quanto à urgência de aprofundar as implicações do uso da inteligência artificial, particularmente na esfera da produção textual. Considerando que o jornalismo é um campo fundamental na construção narrativa da realidade, é seu dever zelar pelos princípios que sustentam a qualidade e o rigor técnico na elaboração de conteúdos, garantindo que atendam aos critérios essenciais da notícia e da reportagem. É preciso atentar para pilares essenciais que foram vistos na parte bibliográfica e que vão desde a preservação da essência da reportagem com Adelmo Genro Filho até o estabelecimento de políticas de transparência elencadas por Rogério Christofolletti. Também é preciso observar o que dizem as grandes referências na aplicação da IA no jornalismo, como a Carta de Paris, elaborada por organizações que zelam pela comunicação transparente, responsável e pelos valores democráticos.

Por fim, a análise bibliográfica e da condução de diretrizes organizadas pelas empresas aponta para reflexões acerca da valorização dos pilares éticos da

profissão. A tecnologia não substitui a essência do jornalismo. A atividade jornalística fundamenta-se na apuração rigorosa, na interpretação crítica dos fatos e no compromisso com os valores democráticos e sociais. Embora os robôs e algoritmos possam automatizar diversas tarefas jornalísticas, como a coleta de dados, a análise de informações ou até a redação de textos com base em padrões e modelos pré-estabelecidos, o jornalismo envolve mais do que a simples execução de tarefas mecânicas. O jornalismo não se limita apenas à produção de conteúdo factual, mas também envolve habilidades críticas, como a análise contextual, a investigação profunda, a tomada de decisões éticas, a construção de narrativas e a empatia ao lidar com fontes humanas. Além disso, a responsabilidade ética e as decisões editoriais, que são essenciais para a integridade da profissão, dependem de julgamento humano. É essencial observar que os valores do jornalismo sejam preservados e que máquinas podem ser programadas para produzir textos, mas elas não têm a capacidade de interpretar o contexto social, político e cultural de uma história da mesma forma que um ser humano.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA PÚBLICA. **Política de uso de inteligência artificial (IA)**. [s.d.]. Disponível em: <https://apublica.org/politica-de-uso-de-inteligencia-artificial-ia/>.
- AGÊNCIA TATU. **Política de uso da inteligência artificial (IA)**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.agenciatatu.com.br/politica-de-uso-da-inteligencia-artificial-ia/>.
- ANANNY, Mike; PEARCE, Matt. **How We're Using AI**. Columbia Journalism Review, 12 maio 2025. Disponível em: <https://www.cjr.org/feature-2/how-were-using-ai-tech-gina-chua-nicholas-thompson-e-milia-david-zach-seward-millie-tran.php>.
- ANDERSON, C. W. **Rebuilding the News: Metropolitan Journalism in the Digital Age**. Philadelphia: Temple University Press, 2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/289858953_Rebuilding_the_News_Metropolitan_Journalism_in_the_Digital_Age.
- ASSIS, Francisco de. **Inteligência artificial e jornalismo opinativo: problematizando em diálogo com o ChatGPT**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 20, n. 2, 2023 Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/95413/1091>
- ASSOCIAÇÃO DE JORNALISMO DIGITAL (AJOR). **Guia de Inteligência Artificial para Jornalistas**. 2024. Disponível em: https://ajor.org.br/wp-content/uploads/2024/12/AJOR_guia-ai_V2.pdf.
- AZMINA. **AzMina publica política de uso de Inteligência Artificial**. 24 jan. 2024. Disponível em: <https://azmina.com.br/colunas/azmina-publica-politica-de-uso-de-inteligencia-artificial>
- BALDESSAR, Maria José; PINTO, Larissa Gaspar Coelho. **Inteligência Artificial no jornalismo: primeiras impressões sobre o uso do ChatGPT**. Revista Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. xx–yy, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/95061/56061>
- BARCELOS, Marcelo Silva. **Um olhar no jornalismo do futuro a partir da internet das coisas (IoT) e inteligência artificial (AI): prospecções científicas e os desafios tecnológicos nas redações**. 2020. 280 f. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/214828>.
- BECKETT, Charlie. **New Powers, New Responsibilities: A Global Survey of Journalism and Artificial Intelligence**. Londres: Polis, London School of Economics, 2019. Disponível em: <https://www.journalismai.info/research/2019-new-powers-new-responsibilities>
- BERNARDI, Mariana Rocha. **Uma investigação sobre a ética aristotélica na inteligência artificial**. 2023. Tese (Doutorado em Filosofia) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/12743>.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **ChatGPT e a transformação nas pautas jornalísticas**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 52–62, jul./dez. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/95079/55601>.

BEST PRACTICE AI. **The Associated Press has 14-fold increase in its quarterly corporate earnings reporting using Automated Insights' natural language generation platform**. 2025. Disponível em: https://www.bestpractice.ai/ai-case-study-best-practice/the_associated_press_has_14-fold_increase_in_its_quarterly_corporate_earnings_reporting_using_automated_insights'_natural_language_generation_platform

BRADSHAW, Paul. **Data Journalism Heist**. [S.l.]: Leanpub, 2015. Disponível em: <https://leanpub.com/DataJournalismHeist>.

BUARQUE, Daniel; MIRAGLIA, Paula. **Jornalismos e Inteligência Artificial – Impacto para publishers brasileiros**. São Paulo: Momentum – Journalism & Tech Task Force, 2024. Disponível em: <https://momentumnewsandtech.org/2024/11/12/inteligencia-artificial/>.

CALVO RUBIO, Luis Mauricio; UFARTE RUIZ, María José. **Artificial Intelligence and Journalism: Systematic Review of Scientific Production in Web of Science and Scopus (2008–2019)**. Comunicação & Sociedade, v. 34, n. 2, p. 159–176, abr. 2021. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.34.2.159-176.ResearchGate+3ResearchGate+3ResearchGate+3>

CASTRO NETO, Henrique de. **LS-DRAUGHTS – Um Sistema de Aprendizagem de Jogos de Damas baseado em Algoritmos Genéticos, Redes Neurais e Diferenças Temporais**. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2007. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/637465007/um-sistema-de-aprendizagem-de-jogos-de-damas>.

CH, Daniel. **ChatGPT and OpenAI Statistics**. Guides.ai. 2025. Disponível em: <https://guides.ai/chatgpt-openai-statistics/>.

CHOMSKY, Noam; ROBERTS, Ian; WATSON, Jeffrey. **The False Promise of ChatGPT**. The New York Times, 8 mar. 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/03/08/opinion/noam-chomsky-chatgpt-ai.html>.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; et al. **Transparência no jornalismo: o que é e como se faz?** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2022. E-book. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/238655/Transparencia%20o%20que%20e%20como%20se%20faz.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

CORREIO SABIÁ. **Políticas de uso de inteligência artificial**. 2 ago. 2024. Disponível em: <https://correiosabia.com.br/politicas-inteligencia-artificial/>.

DARTMOUTH COLLEGE. **Artificial Intelligence (AI) Coined at Dartmouth**. 1956. Disponível em: <https://home.dartmouth.edu/about/artificial-intelligence-ai-coined-dartmouth>.

DIAKOPOULOS, N. **Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media**. 2019. Harvard University Press.

DIAKOPOULOS, Nicholas; KOLISKA, Michael. **Algorithmic Transparency in the News Media**. Digital Journalism, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1208053>

ESTADÃO. **Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas**. 10 jul. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/>.

FARHI, Paul. **A news site used AI to write articles. It was a journalistic disaster**. The Washington Post, 17 jan. 2023. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/media/2023/01/17/cnet-ai-articles-journalism-corrections/>.

FAROL JORNALISMO. **Guia IA: o mínimo que um jornalista precisa saber para começar**. Dez. 2023. Disponível em: <https://faroljornalismo.cc/arquivos/Guia%20IA%20Farol%20Jornalismo.pdf>.

FERRARI, Pollyana. **A era do prompt: inteligência artificial, colonialismo, deveres e desinformação**. Cachoeirinha: Fi, 2024. ISBN 978-65-85958-35-6. DOI: 10.22350/9786585958356. Disponível em: <https://www.editorafi.org/ebook/b35-era-prompt>.

FOLHA DE S.PAULO. **Inteligência Artificial – Manual de Redação – Conduta**. 26 mar. 2024. Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/inteligencia-artificial.shtml>.

FOLHA DE S.PAULO. **O jornalismo entre a sobrevivência e a relevância**. Folha de S.Paulo, 11 maio 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2025/05/o-jornalismo-entre-a-sobrevivencia-e-a-relevancia.shtml>.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: (para uma Teoria Marxista do Jornalismo)**. 1987. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Florianópolis, SC, 1987. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/75390>

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf.

GOODFELLOW, Ian; BENGIO, Yoshua; COURVILLE, Aaron. **Deep Learning**. Cambridge: MIT Press, 2016. Disponível em: <https://www.deeplearningbook.org/>

GONÇALVES, Adriana; QUADROS, Claudia; IOSCOTE, Fabia. **Jornalismo e inteligência artificial: tendências nas pesquisas brasileiras entre 2010 e 2020**. *Novos Olhares*, v. 7, n. 2, p. 1–18, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/188912/180326>.

GRUPO GLOBO. **Princípios editoriais do Grupo Globo**. [s.d.]. Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>.

INFOMONEY. **Lady Gaga distribui caixas de pizza para fãs na porta de hotel no Rio**. 1º maio 2025. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/consumo/lady-gaga-distribui-caixas-de-pizza-para-fas-na-porta-de-hotel-no-rio/>.

INMA. **AI enables dynamic news content experiences**. INMA, [s.d.]. Disponível em: <https://www.inma.org/blogs/Generative-AI-Initiative/post.cfm/ai-enables-dynamic-news-content-experiences>.

INTERNATIONAL CONSORTIUM OF INVESTIGATIVE JOURNALISTS (ICIJ). **Pandora Papers**. Washington, D.C.: ICIJ, 2021. Disponível em: <https://www.icij.org/investigations/pandora-papers/>

IOSCOTE, Fabia Cristiane. **Jornalismo e IA: tendências globais e latino-americanas em artigos científicos (2018–2022)**. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 20, n. 2, p. 6–21, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/95335>.

LABORATORIO DE PERIODISMO. **Medios de todo el mundo instan a las tecnológicas a proteger la integridad de las noticias ante el auge de la IA**. Laboratorio de Periodismo, [S. l.], 2023. Disponível em: <https://laboratoriodeperiodismo.org/medios-de-todo-el-mundo-instan-a-las-tecnologicas-a-proteger-la-integridad-de-las-noticias-ante-el-auge-de-la-ia/>

LEMONS, Ronaldo. **Marisa Maiô conquistou o Brasil; quem é o dono?** Folha de S.Paulo, São Paulo, 7 jun. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/ronaldolemons/2025/06/marisa-maio-conquistou-o-brasil-quem-e-o-dono.shtml>.

MCCLAIN, Colleen; KENNEDY, Brian; GOTTFRIED, Jeffrey; ANDERSON, Monica; PASQUINI, Giancarlo. **How the U.S. public and AI experts view artificial intelligence**. Pew Research Center, 3 abr. 2025. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/2025/04/03/how-the-us-public-and-ai-experts-view-artificial-intelligence/>.

MICK, Jacques et al. **O que conecta os públicos ao jornalismo local: hábitos, interesses, sustentabilidade, engajamento e participação em Florianópolis**. Florianópolis: Projeto LocalJor/UFSC, 2025. Relatório de pesquisa. Disponível em: https://www.apufsc.org.br/wp-content/uploads/2025/04/LocalJor_Relatorio-final.pdf.

NEWMAN, Nic. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2024**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. Disponível em:

<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-01/Newman%20-%20Trends%20and%20Predictions%202024%20FINAL.pdf>

NÚCLEO JORNALISMO. **Política de uso de inteligência artificial**. [s.d.]. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/politica-ia/>.

PANCINI, Laura. **A IA será capaz de sentir emoções? Este professor de Stanford parece ter a resposta**. Exame, 22 abr. 2025. Disponível em: <https://exame.com/negocios/ia-inteligencia-artificial-capaz-emocao-humana-sentimentos/>

PAULINO, Rita; CABRAL, Laura Rayssa de Andrade. **O potencial da Inteligência Artificial Generativa no Jornalismo: Novas perspectivas para análise de dados nas plataformas de mídias sociais**. Estudos em Comunicação, n. 40, p. 40–62, 2025. Disponível em: <https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/ec/article/view/1462/1091>.

PROJOR – INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO. **Atlas da Notícia**. São Paulo: Projor, 2025. Disponível em: <https://atlas.jor.br/>.

RADCLIFFE, Damian. **Journalism in the AI Era: Opportunities and Challenges in the Global South**. Thomson Reuters Foundation, 2025. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1794/30531>.

REDE DE JORNALISTAS INTERNACIONAIS. **IA e liberdade da mídia: uma faca de dois gumes**. Rede de Jornalistas Internacionais, [S. l.], [2023?]. Disponível em: <https://www.rede-jornalistas-internacionais.org/ia-e-liberdade-da-midia-uma-faca-de-dois-gumes>

REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS (RSF). **Carta de Paris sobre IA e Jornalismo**. Paris: RSF, 2023. Disponível em: https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/11/Carte%20de%20Paris%20sobre%20IA%20e%20jornalismo_0.pdf.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **International Journalism Festival 2025: What We Learnt in Perugia About the Future of News**. Oxford, 2025. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/international-journalism-festival-2025-what-we-learnt-perugia-about-future-news>.

ROTHMAN, Joshua. **Will A.I. Save the News?** The New Yorker, 8 abr. 2025. Disponível em: <https://www.newyorker.com/culture/open-questions/will-ai-save-the-news>

SEARLE, John R. **Minds, brains, and programs**. Behavioral and Brain Sciences, v. 3, n. 3, p. 417–457, 1980. Disponível em: <https://home.csulb.edu/~cwallis/382/readings/482/searle.minds.brains.programs.bbs.1980.pdf>.

SILVA, Edna de Mello; PICCININ, Fabiana. **Narradores artificiais semelhantes aos orgânicos: considerações sobre uma experiência de telejornal gerado por IA**. Asas da Palavra, Belém, v. 21, n. 1, p. 176–193, 26 nov. 2024. Disponível em: <https://revistas.unama.br/index.php/asasdapalavra/article/view/3393>.

SINOVA – Departamento de Inovação da UFSC. **UFSC inaugura laboratório que impulsiona pesquisas e técnicas de inteligência artificial (IA)**. Florianópolis: SINOVA, 16 maio 2025. Disponível em: <https://sinova.sites.ufsc.br/2025/05/16/ufsc-inaugura-laboratorio-que-impulsiona-pesquisas-e-tecnicas-de-inteligencia-artificial-ia/>.

THOMSON, T. J.; THOMAS, Ryan J.; RIEDLINGER, Michelle; MATICH, Phoebe. **Generative AI & Journalism: Content, Journalistic Perceptions, and Audience Experiences**. Melbourne: RMIT University, 2025. ISBN 978-1-922911-02-5. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/389044239_Generative_AI_Journalism_Content_Journalistic_Perceptions_and_Audience_Experiences.

TOBITT, Charlotte. **How Google forced publishers to accept AI scraping as price of appearing in search**. Press Gazette, 12 maio 2025. Disponível em: <https://pressgazette.co.uk/platforms/how-google-forced-publishers-to-accept-ai-scraping-as-price-of-appearing-in-search/>.

TURING, Alan M. **Computing machinery and intelligence**. *Mind*, v. 59, n. 236, p. 433–460, out. 1950. Disponível em: <https://www.cs.mcgill.ca/~dprecup/courses/AI/Materials/turing1950.pdf>.

USHER, Nik. **Generative AI and Journalism: Hype, The Always Already New, and Directions for Scholarly Imagination**. *Digital Journalism*, v. 0, n. 0, p. 1–15, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2490604>.

WATERSON, Jim. **Microsoft Sacks Journalists to Replace Them with Robots**. The Guardian, 30 maio 2020. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/reading/microsoft-sacks-journalists-to-replace-them-with-robot>