



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO JORNALISMO

LÍVIA MARIA DE OLIVEIRA COSTA LIMA

ENTRE A AUTOMAÇÃO E A CRISE DO JORNALISMO: USO DE INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL GENERATIVA NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

RECIFE
2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO JORNALISMO

LÍVIA MARIA DE OLIVEIRA COSTA LIMA

ENTRE A AUTOMAÇÃO E A CRISE DO JORNALISMO: USO DE INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL GENERATIVA NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Jornalismo da Universidade
Federal de Pernambuco, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Carolina Dantas de Figueiredo

RECIFE
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Lima, Livia Maria de Oliveira Costa .

Entre a automação e a crise do jornalismo: uso de Inteligência Artificial
Generativa na produção de notícias / Livia Maria de Oliveira Costa Lima. -
Recife, 2025.

56 p. : il., tab.

Orientador(a): Carolina Dantas de Figueiredo

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Jornalismo - Bacharelado, 2025.

Inclui referências, apêndices.

1. Inteligência Artificial . 2. Jornalismo Algorítmico . 3. Redação de notícias .
4. Produção jornalística . I. Figueiredo, Carolina Dantas de . (Orientação). II. Título.

070 CDD (22.ed.)

LÍVIA MARIA DE OLIVEIRA COSTA LIMA

ENTRE A AUTOMAÇÃO E A CRISE DO JORNALISMO: USO DE INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL GENERATIVA NA PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Jornalismo da Universidade
Federal de Pernambuco, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo.

Aprovado em: 09/04/2025

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Carolina Dantas de Figueiredo (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco - DCOM UFPE

Prof^º. Dr^º. Rodrigo do Espírito Santo da Cunha
Universidade Federal de Pernambuco - DCOM UFPE

Prof^ª. Dr^ª. Andrea de Lima Trigueiro de Amorim
Universidade Católica de Pernambuco - UNICAP

RESUMO

Este trabalho investigou o uso de Inteligência Artificial Generativa (IAG) na produção de notícias. O objetivo desta pesquisa centrou-se na relação entre a crise do jornalismo e o uso de IAG, explorando se essa ferramenta pode ser utilizada a favor de jornalistas e estagiários no enfrentamento aos problemas da profissão, além de explorar seus benefícios, desafios e implicações na qualidade das matérias. A metodologia incluiu análise de matérias com suspeita de serem geradas por IA, além de entrevistas com estagiários que utilizam essa ferramenta na rotina de produção, a fim de entender como a inserção dessa tecnologia tem afetado o fazer jornalístico. As análises mostraram que, apesar das melhorias em termos de agilidade e otimização, a Inteligência Artificial oferece riscos para a precisão das informações e na profundidade da apuração jornalística, por isso sua implementação precisa ser monitorada, visando garantir o uso ético, qualificado e estratégico.

Palavras-chave: Inteligência Artificial; Jornalismo Algorítmico; produção jornalística; redação de notícias.

ABSTRACT

This work investigated the use of Generative Artificial Intelligence (GAI) in news production. The central objective of this research focused on the relationship between the journalism crisis and the use of GAI, exploring whether this tool can be used in favor of journalists and interns in facing the profession's challenges, as well as exploring its benefits, challenges, and implications for the quality of news articles. The methodology included analysis of articles suspected to be generated by AI, as well as interviews with interns who use this tool in their production routine, in order to understand how the insertion of this technology has affected journalistic practices. The analyses showed that, despite improvements in terms of agility and optimization, Artificial Intelligence presents risks to the accuracy of information and the depth of journalistic investigation, so its implementation needs to be monitored to ensure ethical, qualified, and strategic use.

Keywords: Artificial Intelligence; Algorithm Journalism; journalistic production; news writing.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Print da nota identificando uso de IA.....	24
Figura 2 - Print do título e linha fina de matéria escrita com uso de IA.....	25

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características analisadas na notícia piloto.....	27
Quadro 2 - Lista de notícias analisadas.....	31
Quadro 3 - Análise dos títulos das notícias.....	32
Quadro 4 - Análise da linha fina.....	33
Quadro 5 - Análise dos leads.....	34
Quadro 6 - Análise do conteúdo das notícias selecionadas.....	35
Quadro 7 - Análise da função das notícias selecionadas.....	37
Quadro 8 - Identificação dos entrevistados.....	39
Quadro 9 - Preferência e cuidados dos entrevistados na seleção de matérias.....	44

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. A COMPLEXA CRISE NAS REDAÇÕES JORNALÍSTICAS	16
3. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NO JORNALISMO	20
3.1. Jornalismo Algorítmico	21
4. METODOLOGIA	25
4.1. Notícia piloto	25
4.2. Matérias com suspeita de uso de IA	27
4.3. Entrevistas	28
5. ANÁLISE DAS MATÉRIAS COM SUSPEITA DE USO DE IA	31
6. ANÁLISE DAS ENTREVISTA	39
6.1. Motivos do uso	39
6.2. Formulação de prompt	42
6.3. Tipos de matérias em que a IAG é utilizada	43
6.4. Benefícios do uso	44
6.5. Formas de evitar vieses, desinformação e abordagem antiética	45
6.6. Impactos do uso da IA para o mercado de jornalismo	46
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
ANEXO	50
REFERÊNCIAS	51

1. INTRODUÇÃO

Em novembro de 2022, a empresa norte-americana *Open AI* lançou o *Chat GPT*, um modelo de linguagem que utiliza Inteligência Artificial Generativa (IAG) para criar textos e simular conversas a partir de *prompts* (comandos) feitos pelos usuários. A facilidade de uso, além das múltiplas funções e gratuidade, fez com que esse *software* ficasse popular, sendo uma das primeiras IAGs utilizadas amplamente no mundo inteiro. O Brasil ocupa a quarta posição no ranking de países que mais acessam o *Chat GPT*, de acordo com uma pesquisa da empresa Semrush¹.

Durante uma palestra sobre usos e impactos da IA no jornalismo, foi possível perceber como a inserção dessa tecnologia na comunicação cria diversas opiniões contrastantes. Enquanto os palestrantes explicavam sobre meios de utilizar IA Generativa na produção jornalística, para textos e outros formatos, alguns alunos traziam questionamentos sobre a falta de ética e o medo dessa ferramenta acabar com os empregos dos jornalistas.

De acordo com a primeira fase do estudo “A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”², realizado em 2024 pelo grupo ESPM em parceria com a revista “Jornalistas & Cia”, 56% dos jornalistas entrevistados usam IA em suas atividades, porém 26,5% responderam que não utilizam essa ferramenta independentemente da atividade. Essa mesma pesquisa revelou que os usos mais comuns da IA entre os respondentes são: produção de conteúdo (53,9%); apuração (27,2%); distribuição (20,1%); além de operações comerciais (14,9%).

Mesmo com a popularização do uso de IA por jornalistas, o estudo “DemocracIA: Percepções sobre inteligência artificial e democracia em Argentina, Brasil, Colômbia e México”³ revelou que 57% dos entrevistados, dos quatro países participantes, rejeitam o uso de IAG na produção de notícias com pouca supervisão humana; número que sobe para 71% de rejeição entre os que desconhecem o uso dessa tecnologia em notícias.

A escolha temática baseia-se, principalmente, no interesse em entender como a prática jornalística é afetada pela adesão a “novas” tecnologias. A interferência da IAG na produção de informações já acontece em diferentes veículos jornalísticos. Em 2024, foram a público casos polêmicos de uso de IA, como a denúncia de conteúdo plagiado compartilhado pela

¹. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/brasil-e-o-quarto-pais-que-mais-acessa-o-chatgpt/>

² Disponível em: <https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/>

³Realizado pelo Instituto Ipsos a pedido da Luminare. Disponível em: <https://www.luminaregroup.com/posts/news/report-ipsos-latam-democracia/pt>

Jovem Pan e textos “escritos” por uma jornalista “fantasma” do grupo Abril⁴, que na verdade eram reproduções indevidas e modificadas de notícias produzidas por outros veículos.

Algumas empresas de comunicação já utilizam essa tecnologia de forma mais “independente”, como a IA do Estado de S. Paulo, a *Leia*, que usa informações do próprio banco de dados do jornal para responder perguntas simples que tenham relação com alguma das seis editorias analisadas. Apesar de ser um meio para resolver a problemática do plágio, essa solução não é viável para maioria dos veículos jornalísticos, já que demanda recursos financeiros e tecnológicos para o desenvolvimento e implementação de um *software*.

Essa situação contribui para o surgimento de reações divergentes, em que essa tecnologia é vista sob uma ótica determinista — que entende a tecnologia dentro de uma dimensão não-social —, para alguns, e instrumentalista — visão otimista e liberal —, para outros. É importante ressaltar que o surgimento de um objeto técnico, nesse caso a IA, só é capaz de se concretizar quando o ambiente é favorável, ou seja, é necessário outros objetos que a complementam. Para Winner (2017, p.197), “o que importa não é a tecnologia em si mesma, mas o sistema social ou econômico no qual ela se insere”.

No caso do jornalismo, há uma lógica de produção que privilegia o lucro, por meio da quantidade de notícias, número de visualizações e agilidade na produção, em vez de uma boa apuração e qualidade das informações, o que contribui para a presença de Inteligência Artificial na produção de conteúdos. Por isso, entende-se previamente que a forma como se está utilizando a IAG no jornalismo é um reflexo da crise que vive a profissão, descrita por Christofoletti (2019, p.14) como “complexa, multifacetada e dinâmica”, que será discutida na primeira parte da fundamentação teórica (A complexa crise nas redações jornalísticas).

Carneiro & Figueiredo (2024, p.29) destacam que o surgimento de várias tecnologias tiveram “um impacto no jornalismo, alterando não apenas a velocidade, mas também o alcance e a natureza das notícias produzidas”. Já na segunda parte da fundamentação (A Inteligência Artificial Generativa no jornalismo), a fim de discutir o uso de IAG no jornalismo escrito, será utilizado o conceito de Jornalismo Algorítmico (JA), criado por Dörr (2015) para definir a prática jornalística feita a partir de automação e algoritmos.

O uso da IAG na produção de textos jornalísticos acompanha uma série de problemáticas, principalmente, no tocante ao enviesamento algorítmico e plágio. Isso

⁴Disponível em: <https://www.jornalopcao.com.br/colunas-e-blogs/imprensa/folha-de-s-paulo-denuncia-que-revista-da-abril-alem-de-usar-ia-cometeu-plagio-587742/>

acontece, em maior parte, por conta da aplicação e formação dos algoritmos utilizados nas IAGs, que são controladas por grandes corporações (*bigtechs*), como a *Meta* e a *Microsoft*.

Portanto, entende-se *a priori* que a Inteligência Artificial não cria os problemas que perpassam o jornalismo, mas sim os intensificam. Além disso, da mesma maneira como o aparecimento da Internet não acabou com o fazer jornalístico, não se pretende colaborar com a ideia de uma nova “morte” da profissão, pelo contrário, a principal hipótese é que o uso de Inteligência Artificial pode ajudar a reafirmar o papel social do jornalismo. Dessa forma, tem-se a aparição do problema desta pesquisa: o uso de IAG na produção de notícias pode colaborar com o enfrentamento a atual crise do jornalismo?

Torna-se necessário, então, compreender as implicações éticas-ideológicas, técnicas e estéticas por trás do uso dessa ferramenta — e em especial a formulação dos *prompts* — na produção de notícias, visto que a utilização de IAG no jornalismo apresenta mudanças tanto para a qualidade das informações compartilhadas quanto para a valorização dos profissionais.

Muitas das pesquisas envolvendo IA no jornalismo limitam o uso a tarefas mais objetivas e repetitivas, como, por exemplo, análise de dados, resumo de conteúdos, tradução e transcrição de textos (Carneiro & Figueiredo, 2024). Entretanto, ao conversar com alguns colegas de curso que utilizam IA para otimizar o trabalho de escrita, foi possível perceber que, no dia a dia, a IA já é usada como recurso para agilizar a produção de textos, especialmente notícias.

Este trabalho é uma maneira de entender a fundo como a IAG está sendo utilizada na rotina diária, considerando suas oportunidades, ameaças e limitações, além dos motivos pelos quais os jornalistas optam por utilizar essa tecnologia. É importante também pensar nas alterações de conteúdo e sentido que podem acontecer durante a produção de uma notícia feita por Inteligência Artificial. Por isso, serão examinadas, por meio da Análise de Discurso, nove matérias com suspeitas de uso de IAG na sua criação.

Ademais, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas (Duarte, 2005), de forma anônima, com seis estagiários de veículos jornalísticos com produção diária que têm sede em Recife. As respostas obtidas nesses encontros vão ser examinadas por meio da Análise de Conteúdo (Bardin, 1977), a fim de entender as diferentes respostas dos entrevistados, considerando as “narrativas” mais recorrentes, além dos valores e significados implícitos que elas carregam, como também refletir qual o papel de um profissional capacitado na criação de textos jornalísticos que torna a presença humana indispensável nesse processo.

Dessa forma, será possível compreender não apenas as mudanças técnicas da IAG na rotina das redações, como também o impacto dessa tecnologia na qualidade das notícias e na função social do jornalismo.

2. A COMPLEXA CRISE NAS REDAÇÕES JORNALÍSTICAS

O jornalismo já assumiu diferentes papéis sociais, moldando-se ao contexto sociopolítico de cada época. A transformação do jornalismo em atividade profissional, mudança que ocorreu no século XIX, trouxe alterações essenciais não apenas no formato e procedimentos de elaboração de conteúdos noticiosos, como também no conteúdo das publicações, transformando fatos em produtos (Traquina, 2005 e 2001).

Com a legalização do Estado burguês de Direito e as garantias da liberdade de opinião, os jornais se liberaram de suas funções políticas, entre as quais a própria luta pela liberdade de imprensa, para se transformar primordialmente em empresas voltadas para gerar lucros (Barsotti, 2012, p. 27).

A função primordial do jornalismo é informar a população acerca de temas relevantes socialmente, possuindo também um poder fiscalizador, porém “cada vez mais o objetivo dos mídia tem sido de maximizar os lucros e minimizar os custos” (Traquina, 2001, p. 194).

Segundo um levantamento⁵ do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (Dieese), a pedido da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), em 2023 mais de 10 mil jornalistas foram demitidos, enquanto apenas 9,5 mil foram contratados. Já em 2024, houve “passaralhos” — expressão para demissões em grande escala, sem reposição das vagas — em equipes jornalísticas de grandes empresas de comunicação. No caso da Band⁶ e do SBT⁷, a explicação dada para as demissões envolvia cortes nos gastos, enquanto o Uol⁸ alegou “mudanças na linha editorial”.

Gandour (2020, p.16) destaca “a crise no modelo de negócio da imprensa tradicional”, que é causada pela queda da receita publicitária, como uma causa central da diminuição nas redações. A atual crise, como denomina Gandour, em que o jornalismo se encontra é descrita, por diversos autores, como sendo multifacetada, tanto no aspecto externo quanto interno. Para Christofolletti (2019, p.11) a crise pode ser entendida como “um fenômeno complexo e

⁵ Disponível em:

<https://www.portaldosjornalistas.com.br/mercado-do-jornalismo-demitiu-mais-do-que-contratou-em-2023-diz-pesquisa/>

⁶ Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/midia/uol-demite-funcionarios-da-redacao-e-congela-vagas/#:~:text=2023>

⁷ Disponível em:

<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-dia-de-passaralho-sbt-demite-centenas-de-funcionarios-e-tira-jornal-do-ar-128309>

⁸ Disponível em:

<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2024/03/19/passaralho-band-faz-lista-de-demissoes-e-atinge-varios-programas-209252.php>

dinâmico, de difícil enfrentamento e sem solução única e rápida”, além de não ser um problema recente⁹.

Outra faceta importante para compreender a crise é a queda na qualidade dos conteúdos produzidos. Para este trabalho, o sentido de “qualidade” não está apenas relacionado a critérios de noticiabilidade, mas, principalmente, a dois processos na produção de uma notícia: apuração e redação (Benedeti, 2006).

No primeiro caso, é necessário um bom trabalho de investigação para que, além de todas as informações presentes na notícia sejam condizem com a realidade, o fato seja transmitido com o máximo de detalhe e precisão. Isso é essencial, pois, “a verdade jornalística se manifesta na apuração e verificação dos fatos, de acordo com critérios da profissão” (Santos, 2012, p.3).

Já para no tocante a redação, o importante é a “*expressão linguística* desse conhecimento jornalístico, ou seja, para os relatos em si: a construção do texto jornalístico, seus modelos e recursos padronizados, sua coerência interna e capacidade de expor e relacionar os fatos” (Benedeti, 2006, p.39). Entretanto, o:

afrouxamento no rigor da apuração, ausência de controle interno de qualidade, pressa na publicação dos conteúdos, pressão de anunciantes e concorrentes, enfim, diversos fatores combinados atuam para produzir erros jornalísticos cotidianamente. (Vieira & Christofolletti, 2013, p.91-92)

Para Marshall (2003, p.40), a fórmula da pirâmide invertida não é uma lógica que funciona apenas para a escrita de uma notícia, mas também como uma forma de entender as escolhas por trás da produção jornalística que privilegia “fatos que façam o leitor comprar e ler o jornal”. Dessa forma, tem-se a ascensão de notícias sensacionalista e sem relevância social.

Ademais, a atividade jornalística teve outra importante transformação com a popularização da internet, especialmente por conta do fluxo constante de informações que passaram a ser compartilhadas nas redes sociais. Barsotti (2012, p. 18) destaca que o “culto ao flagrante, ao *ao vivo* e a atualização frenética nos sites de notícia, sintomas do desejo pela intensificação do presente, também deixam suas sequelas no jornalismo.”

Outra questão relacionada a mudanças na produção de conteúdos é a quantidade de notícias publicadas por dia e o número de visualizações das matérias, que são definidos em metas, no caso de alguns jornais. Starkman (2014, p. 264) explica como a dinâmica da internet na década de 1990 alterou significativamente a forma de produção jornalística:

⁹De acordo com o projeto “Conta dos Passaralhos”, realizado pela agência Volt Data Lab, 2.327 jornalistas foram demitidos de redações entre 2012 e 2018. Disponível em: <https://passaralhos.voltdata.info>

amarradas ao ciclo de notícias, competindo cada vez mais freneticamente por pedaços cada vez menores de notícias, aumentando os requisitos de produção dos repórteres e ainda mais marginalizando a denúncia e as investigações. O cabo de guerra da intra-redação entre profundidade e velocidade está inclinado para o último e eventualmente se tornaria uma derrota.

Se esse já era um forte problema antes da virada do século, a situação vem se tornando ainda mais preocupante e avassaladora nos últimos anos, visto que a Internet já funciona em um ritmo muito mais acelerado.

Para Primo (2011), “as práticas jornalísticas de hoje envolvem um número maior de produtores e distribuidores de notícias, sendo que uma importante parcela destes não faz parte de organizações jornalística”. Esse aumento no fluxo de informações causou um encolhimento ainda maior no *deadline* para a publicação das notícias produzidas por jornalistas. A consequência disso é que os profissionais passaram a ter menos tempo para apuração dos fatos, o que prejudica a qualidade da informação e, até mesmo, facilita a disseminação de notícias falsas.

No mesmo sentido de Starkman, o tipo de conteúdo produzido pela mídia hegemônica-empresarial é exposto por Ross (*in* Marroco; Berger, 2008) a partir da supressão de notícias de relevância social para dar espaço a banalidades e sensacionalismo. O pesquisador traça uma relação entre a queda na qualidade das notícias – no sentido de distorção dos valores-notícia – com o modelo de financiamento dos jornais, que passam a ser empreendimentos de “homens de negócios”.

Dessa forma, quando o jornalismo passa a anexar valores empresariais, a ética da profissão é colocada de lado para privilegiar o dinheiro e outros benefícios ganhos com os anunciantes. Muitas vezes, essa interferência de patrocinadores na produção de notícias não é identificada no texto, sendo “uma irreabilidade construída, visível, porém disfarçada e não reconhecível pelo público” (Barreto, 2006, p.16), o que leva à ocultação das verdadeiras intenções por trás da notícia, ou seja, um processo de desinformação.

Simultaneamente a crise na qualidade das notícias, é possível ver uma decadência na confiança do público nos jornais. De acordo com o “Relatório de Mídia Digital”¹⁰ do Reuters Institute, divulgado em 2024, 43% dos brasileiros não confiam em notícias publicadas na imprensa. A pesquisa também revelou que 47% dos entrevistados evitam consumir notícias e conteúdos jornalísticos.

Parte dessa crise de credibilidade está atrelada ao crescimento da internet e a difusão de fontes noticiosas, porém outra parcela significativa desse estranhamento está relacionada a

¹⁰ Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/brazil>

ideologia dos grupos empresariais que controlam a mídia hegemônica, o que, segundo destacou o professor Bruno Leal em entrevista concedida a Luiza Glória na Rádio UFMG (*In Bugre*, 2024), “dá certa tendência, certo viés e, de certa forma, [gera] certo descrédito para os veículos tradicionais”. Além disso, a ascensão da extrema-direita, especialmente no Brasil, faz com que muitos brasileiros acreditem na lógica das plataformas algorítmicas, ou seja, “o que importa não é o verdadeiro, mas o que tem maior repercussão, fator que favorece a desinformação.” (Castro, 2020, p.8)

A forma de funcionamento das redes sociais, com recomendação dos algoritmos e as propagandas acabam impulsionando a crise do jornalismo. É possível perceber, por exemplo, essa relação a partir da eleição presidencial de 2018:

Assim, se o algoritmo das redes sociais é propagado para oferecer ao usuário, a partir de coletas de emoções negativas – as quais garantem maior engajamento – qualquer conteúdo capaz de atraí-lo com maior frequência e por mais tempo à plataforma, os produtores de conteúdo de desinformação se favorecem ao sustentar qualquer posição, razoável ou absurda, desde que ela intercepte as aspirações e os medos dos eleitores. (Weber & Greff, 2023, p.2)

A esse cenário de crise complexo e multifatorial, soma-se problemas econômicos que afligem diferentes empregos no Brasil, além da decisão do Supremo Tribunal Federal (STF) de acabar com a exigência do diploma de ensino superior para o exercício do jornalismo, que tem afastado muitos jovens.

Porque a crise do jornalismo é global e plural, abarcando vários aspectos simultâneos e entrelaçados: falência de empresas de comunicação, diminuição nas vagas de emprego, baixos salários, pouca infraestrutura nas redações, queda na produção de grandes reportagens, escassez de furos jornalísticos e diminuição do número de leitores. (Nascimento & Veras, 2023).

Além de tudo isso, o enxugamento das redações faz com que os jornalistas fiquem responsáveis por mais funções, impedindo a concentração em tarefas mais importantes.

3. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NO JORNALISMO

A Inteligência Artificial pode ser definida como um dos aparatos técnicos mais complexos da atualidade, visto que simula a capacidade cognitiva humana por meio de *machine learning* (capacidade de máquinas “aprenderem” a partir de dados) e *deep learning* (redes de neurais artificiais capazes de reconhecer padrões complexos). Já a Inteligência Artificial Generativa se refere a um tipo de IA capaz de criar conteúdos “inéditos”, como textos, imagens e áudios, por meio de um modelo estatístico que tenta prever o que vem a seguir.

O objetivo principal da Inteligência Artificial, desde sua formulação na década de 1940, foi a criação de uma máquina que imite perfeitamente uma pessoa, mas para isso é necessário que essa tecnologia consiga simular a comunicação humana. Entretanto, a IA ainda não se desenvolveu o suficiente para ter uma linguagem própria — o que tem, entre outras consequências, a falta de definição dos escopos éticos e deontológicos.

Muitos aspectos da nossa linguagem seguem um padrão capaz de ser repetido, inclusive o próprio texto noticioso tem uma estrutura bem definida, em especial o *lead*, e facilmente replicável (Carreira, 2017), porém:

uma máquina manipula símbolos, sem interpretar contextualmente a que remete. A máquina até é capaz de um direcionamento sintático, acordando com a estrutura prévia da língua, de modo bastante preciso. Contudo, há questões semânticas às quais a máquina não dá conta (Testa & Toldo, 2023, p.69-70).

Outro ponto importante a ser destacado é que IA não produz informações, ou seja, se não possuir referências no seu banco de dados, ela apenas complementa as lacunas com palavras que são mais prováveis de aparecerem em sequência. Esse é um dos maiores riscos do seu uso para a geração de textos jornalísticos, porque pode acabar contribuindo para disseminação de *fake news*, caso não haja uma revisão humana do material gerado.

Apesar da criação recente, o *Chat GPT*, por exemplo, já conta com atualizações que melhoram o desempenho técnico e a funcionalidade, tornando quase impossível distinguir um texto gerado por IA de um escrito por uma pessoa.

Mesmo com os avanços, diferentemente do que as empresas de IA tentam vender, essa tecnologia não funciona de maneira totalmente autônoma, pois precisa do trabalho humano para treinar os algoritmos, além de utilizarem recursos naturais para seu funcionamento, o que causa um forte impacto socioambiental (Crawford, 2021).

Para compreensão do que é tecnologia, utiliza-se aqui a teoria crítica de Feenberg, a partir do entendimento de que a Inteligência Artificial é carregada de valores, mas se

regulamentada e discutida democraticamente pela esfera pública pode ser usada a favor da população, pois “tanto seu desenvolvimento quanto seu impacto são intrinsecamente sociais”. (Feenberg, 2010, p. 70-71)

No momento, as IAGs tem sua criação, desenvolvimento e manutenção nas mãos de grandes corporações, o que dificulta a superação de problemas como o discriminação algorítmica, que pode ser definido como

a qualidade dos dados utilizados para “rodar” os algoritmos, que podem trazer consigo vieses implícitos à programação ou adquiri-los posteriormente com a interação em rede, tornando as decisões automatizadas um campo fértil para ocorrência de discriminações, sobretudo contra grupos mais vulneráveis (Requião & Costa, 2022, p.2).

Essa problemática reflete na produção jornalística, visto que os textos noticiosos gerados por IAG podem conter vieses que deturpem a informação ou sejam contrários ao código de ética da profissão. Além disso, como dito anteriormente, a adição de Inteligência Artificial só é possível quando há um contexto social, econômico e político favorável, o que passa, inclusive, pela “validação de múltiplas instituições, incluindo academia, escolas, ciência, o público e as forças armadas”¹¹ (Crawford, 2021, p.4)

3.1. Jornalismo Algorítmico

Existem diversos conceitos para definir a atividade jornalística que utiliza *softwares* para mineração, análise e processamento de dados, além de geração de textos, como *automated journalism* e *robot journalism*. Para esta pesquisa, será utilizado a base do conceito de Jornalismo Algorítmico (*Algorithmic Journalism*), definido por Dörr (2015, p.4) como:

como o processo (semi)automatizado de NLG por meio da seleção de dados eletrônicos de bases de dados privadas ou públicas (entrada), a atribuição de relevância de características de dados pré-selecionadas ou não selecionadas, o processamento e estruturação dos conjuntos de dados relevantes para um estrutura semântica (throughput) e publicação do texto final em plataforma online ou offline de determinado alcance. (tradução própria).¹²

O Jornalismo Algorítmico utiliza *Natural Language Generation* (NLG), área da IA referente ao processamento de *software* que utiliza Inteligência Artificial para criação automática de textos, por meio de uma estrutura digital de dados. Como explicam Tripathi e

¹¹ *validation from multiple institutions, including academia, schools, science, the public, and the military* (original)

¹² *as the (semi)-automated process of NLG by the selection of electronic data from private or public databases (input), the assignment of relevance of pre-selected or non-selected data characteristics, the processing and structuring of the relevant datasets to a semantic structure (throughput), and the publishing of the final text on an online or offline platform with a certain reach.* (original)

Tamrakar (2018, p. 1394), “os sistemas NLG analisam dados de entrada, compreendem seu significado e geram resultados de linguagem coerentes e contextualmente apropriados”¹³.

Esse conceito destaca a autonomia do *software* na geração de notícias, mas sem desconsiderar a importância da presença humana no processo. DalBen e d’Andréa (2017, p.135) explicam que a automatização de textos jornalísticos é um processo que “considera a ação social fruto de uma associação entre humanos e não-humanos, e que confere responsabilidade tanto para os homens quanto para os objetos.”

Outro ponto importante na escolha dessa vertente tem relação com a forma de interferência da NLG na mediação jornalística, pois considera não apenas os aspectos técnicos, mas também as esferas organizacional, profissional e social por trás da aplicação e utilização dessa tecnologia (Dörr, 2015; Young & Hermida, 2014).

Para compreender o desenvolvimento e a aplicação de algoritmos no jornalismo, é necessário usar tanto uma lente tecnológica quanto sociológica. Provedores de algoritmos defendem a neutralidade e a objetividade desses sistemas. No entanto, os algoritmos são produtos de normas e práticas individuais e institucionais. (Young; Hermida, 2014, p.384)¹⁴

A *Natural Language Generation* tem sido utilizada em diversas áreas, como, por exemplo, medicina, finanças e empreendedorismo. No jornalismo, desde a década de 80, essa tecnologia é usada para produzir análises de esportes e economia, além de tarefas que exigem processamento de grandes bancos de dados. Há alguns anos, Caswell e Dörr (2017, p.477) debruçaram-se sobre as limitações de uso de tecnologia NGL para o jornalismo:

o potencial da tecnologia NLG para automatizar a escrita limita-se a descrições simples que já são comumente representadas como dados, sendo os exemplos mais óbvios a redação de notícias esportivas e financeiras de rotina. Esse relato descritivo de notícias diárias são uma parte importante do portfólio jornalístico, na maioria das redações, mas a tecnologia NLG não ainda se mostrou adequado para a produção de artigos de notícias de formato mais longo e é incapaz de incorporar o valor narrativo de um jornalismo mais sofisticado e mais relevante. (tradução própria)¹⁵

A velocidade em que os modelos generativos de IA aperfeiçoam suas funções faz com que a restrição citada pelos autores não seja mais um problema. Apesar disso, é importante ressaltar que *softwares* como *Gemini*, *Chat GPT*, *Mid Journey* não foram programados

¹³LG systems analyze input data, understand its meaning, and generate coherent and contextually appropriate language output. (original)

¹⁴ To understand the development and application of algorithms in journalism requires both a technological and sociological lens. Algorithm providers contend the neutrality and objectivity of such systems. (original)

¹⁵ “The potential for NLG technology to automate journalistic writing is limited to simple descriptions that are already commonly represented as data, the most obvious examples being the writing of routine sports and financial news. This descriptive reporting of routine news is an important part of the journalistic portfolio of most newsrooms, but NLG technology has not yet been shown to be suited to the production of longer-form news articles and it is unable to incorporate the storytelling value of more sophisticated, and more valuable, journalism” (original)

exclusivamente para uma função jornalística, inclusive a maioria tem estendido suas atuações para outros tipos de “gerações”.

O que a maior parte dos autores que tratam sobre Jornalismo Automatizado e suas “variantes” concordam é em relação a maior facilidade em utilizar IA para a geração de notícias, “porque elas produzem uma informação primária sobre um evento concreto e objetivo e porque seguem o passo a passo do lide jornalístico” (Carreira, 2017, p. 121), sendo mais difícil automatizar textos com mais nuances e subjetividade, como reportagens.

De acordo com Silveira e Nunes (2024, p.196), “o caminho encontrado por algumas empresas midiáticas para atingir este ideal produtivo foi atribuir ao *software* uma atividade que antes era exclusiva ao homem: a escrita”. Apesar dos novos *softwares* facilitarem o acesso da população em geral, em 2006, o professor Nilson Lage já previa a automação de discursos jornalísticos para formulação do *lead*, já que esse parágrafo apresenta uma estrutura bem definida e fácil de ser “ensinada” a máquinas.

Nos modelos generativos mais recentes, há um fortalecimento da principal característica da IAG: a funcionalidade do *prompt*. Em uma tradução simples, a palavra “prompt” pode significar “comando”, mas de forma aprofundada “é um conjunto de instruções que fornecemos a um LLM (*Large Language Models*) de modo a obter um resultado” (Estêvão e Estêvão, 2023, p.74).

Os resultados podem ser em forma de vídeo, áudio, texto ou imagem, dependendo da ferramenta utilizada, mas o que existem em comum na maioria das IAGs é que a maneira como um prompt é formulado pode afetar o seu resultado, como explica Ribeiro (2024, p.63):

ao fornecer prompts claros e bem formulados, os utilizadores podem influenciar significativamente o resultado gerado pela IA, garantindo que as respostas atendam às suas necessidades e expectativas. Além disso, prompts bem elaborados ajudam os modelos a compreender melhor o contexto das perguntas, resultando em respostas mais relevantes e precisas.

Com relação a melhora na produtividade, “as IAs se sobressaem na agilidade da escrita e na interpretação de dados estruturados quando a tarefa é redigir uma notícia” (Zandomênic, 2022, p.25). A automação como meio para aumentar a produtividade parece ser implementada nas redações de duas maneiras: a partir dos próprios jornalistas, que usam com ou sem permissão, e por meio de decisão do próprio jornal.

Apesar de ser um área mais recente, comparada a outras tradicionais como televisão e rádio, há uma literatura moderada sobre Jornalismo Algorítmico, porém a maioria das pesquisas parecem limitar a sua ligação com o Jornalismo de Dados, que tem como uma característica marcante a necessidade de profissionais capacitados e com experiência de

codificação, análise de dados e linguagens de programação; ou seja, “não adianta a posse de *software* de análise estatística se não houver um profissional que conheça essa ferramenta, saiba como ela funciona e como ela pode atender ao propósito do jornalismo de produzir informação e conhecimento relevantes.” (Mancini & Vasconcelos, 2016, p.72)

Este trabalho, no entanto, pretende focar na construção de notícias do cotidiano, que são a maior parte das publicações nos jornais. Como visto anteriormente, boa parte dos jornalistas que utilizam ferramentas de geração de textos nas suas atividades não possuem treinamento na área, o que pode contribuir para um uso indevido da Inteligência Artificial.

4. METODOLOGIA

O objetivo geral deste trabalho é verificar se o uso de Inteligência Artificial Generativa é capaz de ajudar no enfrentamento à crise do jornalismo. Para isso, a proposta metodológica se concentrou em dois momentos distintos, mas interligados. O primeiro foi a análise de nove notícias com suspeita de utilização de IA na produção textual. Posteriormente, foram realizadas entrevistas com estagiários e ex-estagiários que fazem ou já fizeram uso de Inteligência Artificial Interativa de texto no cotidiano, a fim de compreender a motivação que levou ao uso e como a IAG é utilizada na redação de notícias.

4.1. Notícia piloto

A priori, a intenção desta pesquisa era encontrar matérias escritas com ajuda de Inteligência Artificial que notificavam o uso dessa tecnologia, para posteriormente realizar as análises. Para isso, utilizou-se o *Google Advanced Search*, ferramenta gratuita que propicia a pesquisa em conteúdos publicados no Google, a partir de limitações de palavras, tempo, tipo de arquivo, site etc.

A busca utilizou as palavras-chave “inteligência artificial”, “automático” e “automaticamente”, com limitação da opção “site ou domínio” para os veículos Jornal do Commercio, G1 Pernambuco e Diário de Pernambuco, além de recorte de tempo para a opção de “no último mês”. O resultado foi apenas notícias que tratavam sobre a IA.

Com o resultado insatisfatório, foi realizada mais uma tentativa, mantendo as palavras-chave, mas ampliando o recorte de tempo para “em qualquer data”. Com o URL do G1 Pernambuco, foram encontradas matérias sobre a vitória de prefeitos na eleição de 2020 — que contém uma mesma estrutura textual (*template*), com mudanças apenas nas informações de cada candidato. Além disso, há uma notificação, no final dos textos, que identifica o uso de IA para a produção da matéria.

Figura 1 - Print da nota identificando uso de IA

* Esta reportagem foi produzida de modo automático com o apoio de um sistema de inteligência artificial e foi revisada por um jornalista do G1 antes de ser publicada. Se houver novas informações relevantes, a reportagem pode ser atualizada. Saiba mais sobre o sistema de inteligência artificial usado pelo G1 em g1.com.br/eleicoes

Fonte: G1 Pernambuco, 2020

Nesse caso, a Inteligência Artificial foi utilizada para interpretar um grande número de dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e transformá-los em textos e gráficos. Apesar dessa aplicação ter uma relação mais próxima com o Jornalismo de Dados, foi possível visualizar as características que indicam o uso da automação. Entre as várias matérias foi selecionada uma, a partir da análise exploratória das notícias encontradas: “Keko do Armazém, do PL, é eleito prefeito de Cabo de Santo Agostinho”¹⁶, para ser examinada por meio da Análise de Discurso, fundamentada em Gill (2002) e Benetti (2007), que será repetida mais adiante na análise do *corpus*.

Figura 2 - Print do título e linha fina de matéria escrita com uso de IA

Keko do Armazém, do PL, é eleito prefeito de Cabo de Santo Agostinho

Ele teve 47,56% dos votos dados a todos os candidatos e derrotou Lula Cabral, que ficou em segundo lugar com 29,29%.

Por G1 PE

16/11/2020 00h33 · Atualizado há 4 anos

Fonte: G1 Pernambuco, 2020

Dessa forma, é possível avaliar a interferência da Inteligência Artificial na criação de sentidos presentes no texto, analisando as camadas essenciais, sendo “a primeira, mais visível, é a camada discursiva; a segunda, só evidente quando aplicamos o método, é a camada ideológica” (Benetti, p.111, 2007).

A análise dessa matéria tinha como objetivo criar um quadro de características (Quadro 1) comuns para orientar a avaliação das notícias com suspeita de uso de IA (na segunda parte da metodologia). Observou-se o conteúdo das matérias, que continham números relacionados a eleição (votos válidos, nulos, abstenções etc), além de informações básicas dos prefeitos eleitos (idade, estado civil, ocupação).

Por conta da base de dados utilizada e do tipo de notícia, que privilegiou a rapidez para entregar o resultado da eleição, o texto possui uma abordagem factual e informativa, sem

¹⁶ Disponível em:

<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2020/11/16/keko-do-armazem-do-pl-e-eleito-prefeito-de-cabo-de-santo-agostinho.ghtml>

interpretações ou contexto. Inclusive, as matérias automatizadas foram de eleições que aconteceram em municípios menores, sendo a maioria fora da Região Metropolitana.

Quanto à estrutura, observou-se a presença da pirâmide invertida, uma das técnicas mais comuns da redação jornalística, na qual as informações mais importantes ficam no início da matéria, normalmente condensadas em um parágrafo único (*lead*), enquanto os dados complementares vão sendo desenvolvidos ao longo do texto (Canavilhas, 2012).

Quadro 1 - Características analisadas na notícia piloto

	Características					
Título	Formato tradicional (sujeito + verbo + complemento)					
Linha fina	Informações complementares ao título	Sem repetição do título				
Lead	Formato tradicional (O que? Quando? Onde? Como? Quem?)	Não apresenta elementos criativos, como narração ou descrição				
Conteúdo	Foco exclusivo no fato principal, com o mínimo de contexto	Repetição de palavras/frases	Informações básicas (datas, horários, porcentagem etc)	Parágrafos curtos	Uso de uma única fonte	Ausência de citações diretas (depoimentos, falas)
Função	Informativa	Não persuasiva				

Fonte: elaborado pela autora.

4.2. Matérias com suspeita de uso de IA

O primeiro ponto da escolha das matérias para análise foi um recorte regional, visto que as entrevistas seriam com profissionais que trabalham para veículos jornalísticos com sede em Recife, foram escolhidos três jornais: G1 Pernambuco¹⁷, Jornal do Commercio¹⁸ e

¹⁷ <https://g1.globo.com/pe/pernambuco/>

¹⁸ <https://jc.ne10.uol.com.br>

Diario de Pernambuco¹⁹. A seleção dos jornais considerou a presença de um posicionamento positivo em relação ao uso de Inteligência Artificial no jornalismo — caso houvesse alguma informação — ou em outras áreas.

Em junho de 2024, o grupo Globo atualizou os princípios editoriais para inclusão de IA²⁰ em diferentes áreas da produção. Já no caso do Jornal do Commercio, em 2024, durante um painel sobre Inteligência Artificial²¹, o gerente sênior de Estratégias Digitais do veículo, Elton Ponce, afirmou que "humanos junto com a inteligência artificial podem potencializar resultados e otimizar produção para resolver problemas dos usuários de maneira mais adequada. Essa é a chave do bom uso da ferramenta”.

Diferentemente dos outros veículos, o Diario de Pernambuco não fez nenhuma declaração institucional, como um comunicado no site, redes sociais ou em eventos sobre como enxerga o uso de IA no jornal, mas vincula alguns textos, como artigos de opinião e colunas, que têm posicionamentos favoráveis.

Com relação à quantidade, foram selecionadas inicialmente doze notícias *online* de acesso aberto, a fim de explorar um conteúdo mais diversificado. O critério de inclusão levou em conta I) a temática mais informativa e II) o tamanho reduzido das notícias, visto que são características comuns no Jornalismo Algorítmico. Após a leitura inicial, três delas foram descartadas, pois aparentavam ser escritas apenas por jornalistas ou com uso de sistemas de IA mais sofisticados, restando nove no total — três de cada jornal. O recorte temporal utilizado foi do dia 3 de novembro de 2024 ao dia 17 de novembro de 2024, momento em que ficou mais evidente a presença de matérias com suspeita de IA.

O Quadro 1 será utilizado para guiar a análise das matérias. No caso desta pesquisa, a Análise de Discurso centra-se, principalmente, no que pode ter levado a presença ou ausência de determinada parte (informação) do texto, considerando o padrão nos dados, juntamente com a forma de organização e da função discursiva — características que são impactadas pela presença de IA. Além disso, há uma atenção às condições de produção das notícias escolhidas, o que é essencial para o estudo do texto jornalístico (Benetti, 2007).

4.3. Entrevistas

¹⁹<https://www.diariodepernambuco.com.br>

²⁰<https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/06/27/grupo-globo-atualiza-principios-editoriais-para-incluir-orientacoes-sobre-inteligencia-artificial.ghtml>

²¹<https://jc.ne10.uol.com.br/tecnologia/2024/11/08/sjcc-discute-cenario-de-ia-no-recnplay-2024.html>

Acredita-se que muitos jornais e veículos de comunicação brasileiros já estão fazendo uso de IAG para geração de textos, porém sem notificar aos leitores. Por isso, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, de forma anônima, com estagiários que utilizam ou já utilizaram IA na criação de notícias. Segundo Duarte (2005, p.62), a entrevista é um recurso metodológico qualitativo que permite a coleta de “informações, percepções e experiências do informante para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”. Já a entrevista semi-estruturada é um modelo qualitativo que possui um roteiro prévio focado no tema central, porém com a possibilidade de fazer perguntas fora do itinerário (Manzini, 2004).

O roteiro das perguntas (**em anexo**) foi elaborado de maneira a entender os motivos que levaram os estagiários a utilizarem Inteligência Artificial na rotina de produção e de que forma isso é feito. Outro foco das entrevistas, será a formulação dos *prompts*, pois um comando mais elaborado altera significativamente a qualidade do texto obtido (Ribeiro, 2024). Para procura de entrevistados, foram escolhidos três veículos jornalísticos com produção diária que têm sede em Recife. A delimitação não pretende considerar as possíveis diferenças regionais desses jornais para outros, mas procura analisar como a linha editorial seguida pode ter relação com a implementação e uso da IAG.

As entrevistas foram marcadas por meio de “amostragem bola de neve”, na qual é escolhido um entrevistado, com base em uma pesquisa prévia, que se adeque ao perfil procurado, nesse caso um estagiário (estudante de jornalismo) que utilize IA na rotina de produção. Esse primeiro entrevistado, chamado de “semente”, faz a indicação de “novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente” (Vinuto, 2014, p. 203).

Esse tipo de abordagem também é indicada quando o tema pode ser de alguma forma “sensível” para o entrevistado (Vinuto, 2014). Como o uso de IA no jornalismo ainda carrega certa tensão, o que pode deixar os jornalistas receosos de participar de um trabalho sobre isso, foi escolhida essa abordagem. Por conta disso, não foi estipulado um número exato de entrevistas como meta.

Para compreender as respostas, será utilizada a Análise de Conteúdo, pois “esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens)” (Bardin, 1977, p.42)

As seis entrevistas aconteceram no formato remoto, foram gravadas e, posteriormente, transcritas com a autorização dos envolvidos. Os temas mais relevantes de cada conversa

foram organizados em seis categorias temáticas, pois “é a melhor alternativa quando se quer estudar valores, opiniões, atitudes e crenças, através de dados qualitativos” (Silva & Fossá, 2015, p.8).

Dessa forma, é possível compreender como a dinâmica das redações favorece ou não a presença de Inteligência Artificial na criação de notícias, além de entender o processo dos jornalistas com o uso dessa ferramenta, considerando não apenas o momento de produção do texto, como também os cuidados éticos.

5. ANÁLISE DAS MATÉRIAS COM SUSPEITA DE USO DE IA

Como visto anteriormente, notícias mais informativas e que não possuem fatos interligados são mais fáceis de serem automatizadas. Entretanto, mesmo sendo um gênero textual com características mais rígidas, é possível adicionar marcas estilísticas e acrescentar, se for importante para interpretação, um contexto mais elaborado. Isso exige um processo maior de apuração do jornalista, o que também aumenta o tempo de produção. Nesse caso, o uso da IAG segue uma das propostas do Jornalismo Algorítmico de “Automatizar Etapas da Redação no Processo de Produção” (Santos & Figueiredo, 2024, p. 34), servindo para acelerar o processo de criação do texto e, consequentemente, de publicação.

As notícias selecionadas para análise estão organizadas por ordem de publicação no Quadro 2, a seguir. A fim de evitar repetições, será utilizado um número de “Identificação” (ID) referente a cada matéria.

Quadro 2- Lista de notícias analisadas

ID	Veículo	Título	Link	Data de publicação
1	DP	Estado lança editais dos processos de seleção de residência para médicos e profissionais de saúde; há 1.529 vagas	https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2024/11/estado-lanca-editais-dos-processos-de-selecao-de-residencia-para-med.html	05/11/24
2	G1	Serviços de saúde são ofertados no mutirão coletivo do 'Outubro Rosa' e 'Novembro Azul' em Jaqueira	https://g1.globo.com/pe/caruaru-regiao/noticia/2024/11/05/servicos-de-saude-sao-ofertados-no-mutirao-coletivo-do-outubro-rosa-e-novembro-azul-em-jaqueira.ghtml	05/11/24
3	G1	'Papai Noel dos Correios' recebe cartas de crianças para doação de presentes para o Natal; veja como participar	https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2024/11/05/papai-noel-dos-correios-recebe-cartas-de-criancas-para-doacao-de-presentes-para-o-natal-veja-como-participar.ghtml	05/11/24
4	JC	Campanha de vacinação antirrábica para cães e gatos gratuita na RMR	https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/saude-e-bem-estar/2024/11/06/campanha-de-vacinacao-antirrabica-para-caes-e-gatos-gratuita-na-rmr.html?	06/11/24
5	G1	Trabalhador idoso morre após cair de prédio em construção em Olinda	https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2024/11/07/trabalhador-idoso-morre-apos-cair-de-predio-em-construcao-em-olinda.ghtml	07/11/24

6	DP	Carros, celulares, instrumentos musicais e até caminhão saiba como participar do leilão da Receita Federal	https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2024/11/saiba-com-o-participar-do-leilao-da-receita-federal-em-dezembro.html	08/11/24
7	DP	Avião que seguia do Recife para São Paulo tem problema e é obrigado a voltar ao aeroporto	https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2024/11/aviao-que-seguia-do-recife-para-sao-paulo-tem-problema-e-e-obrigado.html	10/11/24
8	JC	Concurso professores: Raquel Lyra confirma cronograma e nomeia 1.609 professores	https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/enem-e-educacao/2024/11/14/concurso-professores-raquel-lyra-confirma-cronograma-e-nomeia-1-609-professores.html	14/11/24
9	JC	SSA 3: Estudantes do ensino médio fazem provas neste domingo (17)	https://jc.ne10.uol.com.br/colunas/enem-e-educacao/2024/11/17/ssa-3-estudante-s-do-ensino-medio-fazem-provas-neste-domingo-17.html	17/11/24

Fonte: elaborado pela autora

Antes de começar a análise propriamente dita, é importante reforçar que algumas das características apontadas seguem a estrutura clássica da notícia, o que não necessariamente seria um indicativo de IA. Entretanto, esse padrão pode ser um sinal de que o banco de dados utilizado para a criação textual tenha mais notícias “tradicionais”, que “não narra nem argumenta; limita-se à exposição dos fatos e, de preferência, de forma objetiva” (Comassetto, 2001, p.27), e por isso a presença dessas particularidades foram consideradas. A própria estrutura da notícia piloto segue um padrão: Keko do Armazém (sujeito/agente) é eleito (locução verbal) prefeito do Cabo de Santo Agostinho (complemento)

Quadro 3 - Análise dos títulos das notícias

Título	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Formato tradicional (sujeito + verbo + complemento)	✓	✓	✓	X	✓	X	X	✓	✓

Fonte: elaborada pela autora

Quatro matérias (1, 3, 6 e 7) têm títulos com duas orações, o que foge da característica observada na notícia piloto, porém, exceto na 6, a primeira oração segue o “formato tradicional”. No caso da notícia 4, não há presença do verbo, apesar de ficar subentendido que a campanha está sendo ofertada, mas o restante dos elementos do formato tradicional

continuam presentes (sujeito e complemento). Dessa forma, embora alguns títulos sejam um pouco modificados, pode-se entender que a maioria se encaixa no padrão.

Um ponto importante de destacar é a presença da “função apelativa” do título em algumas das matérias, característica que é pertinente em qualquer tipo de texto jornalístico, mas é essencial em notícias *onlines* (Palacios & Ribas, 2007), visto que a quantidade de outros conteúdos na internet atrapalha a atenção do público. Por conta disso, é comum a presença de *call-to-action* (CTA) — chamadas visuais ou textuais que incentivam o leitor a realizar uma ação — em notícias publicadas na *internet*, a exemplo de “veja como” (matéria 3) e “saiba como” (matéria 6). Como o banco de dados das IA são alimentados com conteúdos mais recentes, considerando que a maioria das ferramentas generativas utilizadas amplamente surgiram depois do ChatGPT, é provável que os resultados contenham características do webjornalismo, como esses incentivos que fazem o internauta clicar no *link* da matéria.

A existência de antetítulos, no caso da 8 e 9, não é incomum e serve para “quando houver necessidade, detalhar, em rápidas palavras, o título principal” (Comassetto, 2001, p.42), por isso foram considerados dentro do padrão. Se tiver sido “preenchida” com tipos diferentes de títulos de notícias, mas que ainda mantém características tradicionais, é possível que a IA tenha sugerido esse formato.

A notícia 6 é a única que possui uma chamada diferente, sendo mais criativa que as demais, além disso o título tem um erro de acentuação, o que não é comum em textos que utilizam IA. Outro ponto que chama atenção nesse título é a complexidade — começa com uma listagem, aparentemente sem sentido, até explicar do que se trata —, característica que não é comum em textos expositivos, como a notícia. Considerando esses elementos, nesse caso, é possível que o título tenha sido criado, ou no mínimo modificado, pelo autor.

Quadro 4 - Análise da linha fina

Linha fina	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Informações complementares ao título	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sem repetição do título	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓

Fonte: elaborada pela autora

A função da linha fina é complementar as informações do fato principal, que aparece no título, funcionando como um subtítulo. O ideal é que essa parte do texto seja mais

resumida, condensando detalhes importantes que serão destrinchados nos outros parágrafos. Esse padrão é observado em cinco notícias (1, 4, 5, 7 e 9), enquanto o restante possui textos maiores e com informações desnecessárias para essa seção. Além disso, é possível perceber que alguns períodos não tem um encadeamento coeso, como é o caso da notícia 3: “Cartas podem ser enviadas até 22 de novembro. Iniciativa reúne pedidos de alunos de escolas públicas e crianças em situação de vulnerabilidade social.” (G1 PE, 2024).

Outro aspecto considerado foi a estrutura dos subtítulos, que se assemelham ao formato do *lead*: as matérias 1, 2, 3, 4, 5, 6 seguem, no primeiro período do texto, uma ordem direta (subj. + verbo + compl.). Esse formato mais engessado é um indício de padronização por Inteligência Artificial Generativa.

Em relação a características “sem repetição do título” foi considerada não apenas a presença de palavras ou frases idênticas, mas também a existência de uma mensagem igual a do título, ou seja, não complementar.

Quadro 5 - Análise dos *leads*

<i>Lead</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Formato tradicional (O que? Quando? Onde? Como? Quem?)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Não apresenta elementos criativos, como narração ou descrição	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Fonte: elaborada pela autora

O *lead* é uma das seções da notícia que possui mais pesquisas voltadas para sua automatização. O motivo tem relação com a estrutura fixa, o que se considerou nesta pesquisa como “formato tradicional”, caracterizada por ter “seis perguntas normalmente básicas que deveriam ser respondidas pela notícia (o que, quem, quando, onde, como, por que)” (Caprino & Rossetti, 2007, p.54).

O aspecto mais importante dentro das características analisadas do *lead* é a ausência de elementos criativos, pois as IA já tem capacidade de criar textos que respondem as perguntas básicas, mas a criatividade é um aspecto mais complexo de ser automatizado. Carreira (2016, p.167) explica que o texto automatizado é: “mais chato, qualidade inferior ao dos jornalistas e não é criativo. Problemas com linguagem natural: metáforas, contexto de ideias, cultura, humor”.

Com relação ao formato do *lead*, percebeu-se que, entre as nove matérias analisadas, cinco começavam o parágrafo com o sujeito (agente/quem) seguido do verbo (indicando a ação principal/o que), e depois a complementação com os outros elementos. Esse é mais um indicativo de que a notícia não tem criatividade, como se fosse resultado de uma fórmula padrão, uma característica comum de textos criados por Inteligências Artificiais.

A geração de um *lead* diferente do padrão necessitaria de um *prompt* mais completo, mas para isso os redatores precisam entender como formular o “pedido” a Inteligência Artificial. Todavia, como foi exposto na pesquisa “A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”, 69,2% dos entrevistados não tiveram treinamento para uso de ferramentas de automatização.

Quadro 6 - Análise do conteúdo das notícias selecionadas

Conteúdo	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Foco exclusivo no fato principal, com o mínimo de contexto	X	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	X
Repetição de palavras/frases	X	✓	X	X	X	✓	✓	✓	✓
Informações básicas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Parágrafos curtos	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	X	✓
Uso de uma única fonte	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓
Ausência de citações diretas	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓

Fonte: elaborada pela autora

Entre as matérias analisadas, apenas a 1, 4 e 9 contextualizam melhor os fatos abordados — porém, na primeira notícia, a perspectiva da importância da residência médica aparece na fala da secretária de executiva, ou seja, não foi adicionada necessariamente pelo jornalista, se considerarmos a base da notícia como um comunicado institucional. A abordagem mais rasa, presente nas outras matérias, demonstra um processo de pesquisa e apuração mais rápido do(a) redator(a) para escrever a matéria, especialmente nos textos considerados como “jornalismo de serviço” (1, 2, 3, 4, 3 e 6), que necessitam de contextualização para ajudar a incentivar o leitor a utilizar o serviço divulgado.

Com “informações básicas” entende-se a presença de datas, valores, endereços, ou seja, dados que são mais fáceis de serem automatizados. No caso da notícia piloto,

praticamente todo o texto é desenvolvido a partir de informações objetivas que são “imutáveis”, o que fortalece a ideia de uma notícia mais expositiva e que não precisa de muitos elementos para compreensão do leitor. A presença de informações diretas e estruturadas, — além do uso de frases curtas, como no caso da lista presente na matéria 2 — facilita o processo de organização dos dados pela Inteligência Artificial. Nesse aspecto, todas as notícias apresentavam informações básicas, o que não confirma o uso de ferramentas, porém, se somarmos com os outros aspectos analisados, a presença desses dados configuram um forte indício de automatização.

Eduardo Martins (1997, p.15), responsável pela organização do Manual de Redação e Estilo do Estadão²², explica que “a simplicidade do texto não implica necessariamente repetição de formas e frases”. Portanto, acredita-se que um *prompt* simples geraria um resultado que não considera características indicadoras de “pobreza vocabular”, algo que um jornalista levaria em consideração durante a redação ou na revisão textual.

Nas notícias 2 e 9, essa característica fica ainda mais evidente, porque a linha fina das duas matérias é praticamente repetida em outros parágrafos ao longo do texto. Além disso, a matéria 7 contém a expressão “de acordo com” em duas partes, com a mesma formação textual no início de dois parágrafos. O restante das notícias não possuem redundâncias visíveis ou que demonstram um texto menos criativo.

Já a característica de “parágrafos curtos” levou em consideração textos nos quais os parágrafos possuem três linhas ou menos, pois a maioria dos manuais de redação consideram a média de cinco linhas para jornalismo informativo. No caso do jornalismo online, os parágrafos “ não devem ultrapassar a extensão de uma tela” (Viana, 2001, p.50), para não dificultar a leitura. Apenas as notícias 4, 6 e 8 são formadas por parágrafos mais longos, o que, provavelmente, é consequência dos textos terem mais informações para serem desenvolvidas.

Com relação a presença de uma única fonte, é comum que muitas matérias publicadas em um veículo sejam baseadas unicamente em informações passadas por empresas ou órgãos públicos, como a presença de *releases* — documentos enviados à imprensa para divulgar eventos, lançamentos e novidades. O *release* tem formato de artigo jornalístico, contendo dados importantes, além de informar, normalmente, números e/ou links para contato. Por meio desse material, “os profissionais da redação adequam-se às normas e publicam aquilo que pode ser útil ao leitor, podendo ele tomar decisões em torno das informações obtidas”.

²² Documento que reúne regras e normas mais comuns da redação jornalística, especialmente para notícias.

Já em relação ao aspecto da “ausência de citação direta”, destacam-se os textos de serviço (1, 2, 3, 4, 3 e 6), pois em matérias desse tipo, que normalmente informam sobre doações, campanhas de saúde ou eventos, é comum a presença de depoimentos (dos beneficiados e/ou dos organizadores) com o intuito de comover, convencer e/ou incentivar uma ação. Essa ausência pode ser compreendida como um indicativo de automatização por IA, a partir de um tipo de comunicado de imprensa. Assim, entende-se que matérias produzidas com um *deadline* curto e poucas informações são mais propícias a utilizarem ferramentas de geração textual. No caso da notícia 5, como a citação direta indica apenas um termo utilizado pela polícia ("queda de nível"), não foi considerada na análise.

Vaz (2008) destaca que o jornalismo de serviço, muitas vezes, tem uma ligação comercial, o que explicaria a ausência de mais fontes e de citações diretas (falas e depoimentos). Dessa forma, o processo de automatização por Inteligência Artificial é facilitado, já que os textos são mais simples e com informações mais diretas.

Importante ressaltar que as notícias analisadas foram todas publicadas em sites dos jornais, ou seja, apesar de serem textos, diferenciam-se das matérias impressas. Essa característica impacta a presença de certos elementos, como explica Canavilhas (2012, p.7): “nas edições online o espaço é tendencialmente infinito. [...] o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação”. Dessa forma, é possível entender que textos que não possuem elementos webjornalísticos (2, 4, 5, 7 e 8), — de qualquer tipo ou mais complexos, ou seja, que fazem ligação com o fato abordado na notícia — tiveram uma produção mais simples, o que favorece a utilização de IAG, visto que essa ferramenta só poderia fazer ligações hipertextuais se obtivesse informações ou dados complementares.

Quadro 7 - Análise da função das notícias selecionadas

Função	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Informativa	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Não persuasiva	X	✓	✓	✓	—	✓	—	—	—

Fonte: elaborada pela autora. Células marcadas com “—” não foram consideradas.

Com relação à característica informativa, que foi identificada em todos os textos, há apenas um reforço da própria função tradicional da notícia, logo sua presença não sugere nem rejeita a utilização de Inteligência Artificial na produção dos textos. Já a função “não

persuasiva” foi a única característica que não foi retirada da análise da notícia piloto. O motivo disso é porque há notícias com temáticas que dispensam a persuasão — como no caso da notícia piloto e as matérias 5, 7, 8 e 9 —, por isso não é aspecto que funciona para análise de todas matérias selecionadas.

Entretanto, como cinco dos nove textos selecionados podem ser considerados como notícias de serviço, foi necessário a inclusão da característica persuasiva, visto que “acredita-se que as informações de cunho de serviço afetam mais diretamente os receptores, por se configurarem como um material útil, prático e que **induz o receptor a atuar**” (Vaz, 2008, p.9). Essa particularidade relaciona-se com a ausência de citação direta e a presença de uma única fonte, confirmando que o processo de apuração e produção foi simplificado, possivelmente para reduzir o tempo e aumentar o número de publicações, o que sugere também o uso de Inteligência Artificial para agilizar o processo de redação.

6. ANÁLISE DAS ENTREVISTA

Para a escolha dos entrevistados, foram selecionados apenas redatores que fazem ou já fizeram uso de Inteligência Artificial na produção de notícias, neste caso, estagiários que aplicavam essa ferramenta para outros fins não foram selecionados. Entre os seis entrevistados, quatro são estagiários em jornais com publicação diária, enquanto os outros dois já estagiaram nesse tipo de veículo e utilizavam IAG durante esse período.

Como dito anteriormente na metodologia, as entrevistas seguiram um roteiro semi-estruturado, com a possibilidade de questões fora da estrutura. Com relação a essa característica, foi incluída uma pergunta em todas as entrevistas, que não estava previamente no roteiro, sobre a oferta de treinamento por parte dos jornais para que a equipe de redação aprendesse a utilizar IAG na produção dos textos.

Para manter o sigilo dos entrevistados, eles serão referenciados ao longo do texto por meio de números, que seguem a ordem cronológica das entrevistas. As respostas foram divididas por temas, resultando em seis categorias, a fim de facilitar e organizar a Análise de Conteúdo.

Quadro 8 - Identificação dos entrevistados

Entrevistados	Formação	Jornais
1	graduando/estagiário	Jornal do Commercio
2	jornalista/ex-estagiário de jornal diário	Jornal do Commercio
3	graduando/estagiário	Jornal do Commercio
4	jornalista/ex-estagiário de jornal diário	Jornal do Commercio
5	graduando/estagiário	Diario de Pernambuco
6	graduando/estagiário	Globo PE

Fonte: elaborada pela autora

6.1. Motivos do uso

A primeira categoria buscou compreender o que levou os entrevistados a incluir o uso de Inteligência Artificial Generativa na produção de notícias. Dois motivos foram apresentados por todos os entrevistados: otimização e ajuda com a demanda do trabalho. Os relatos centravam-se na quantidade de notícias que precisavam ser entregues por dia e por mês, juntamente com a falta de tempo (*deadline* limitado) para entregar os textos.

É uma necessidade que a gente tem de aproveitar cada segundo do expediente de trabalho, então chega num momento que você sozinho, raciocinando unicamente com o seu cérebro, não vai acontecer. Então, em algum momento, parou de soar como uma escolha e acabou começando a parecer mais uma obrigação minha usar a IA dentro do meu dia a dia. (Entrevistado 1)

Com relação à decisão de começar a utilizar IA, dois dos entrevistados, que estagiaram no mesmo veículo, disseram que o uso foi uma indicação da supervisão nos primeiros dias de trabalho. Entretanto, apenas um afirmou ter tido treinamento básico, organizado pelo jornal, para aprender como utilizar ferramentas de automatização de textos. O Entrevistado 2 considera que “os profissionais [jornalistas] acabam produzindo conteúdo que não é bom, ou que não é verídico, porque não tem o treinamento adequado”. Essa opinião sobre a necessidade e importância da capacitação também foi compartilhada por todos os participantes.

Os entrevistados 5 e 6 foram os únicos que responderam não utilizar ferramentas de automatização com frequência, no caso do primeiro “apenas em casos de extrema necessidade, por exemplo, quando descobrimos uma pauta de última hora”. É importante destacar que, entre os jornais onde os entrevistados estagiam, apenas o do Entrevistado 5 não recomenda o uso de IA na redação, mas também não proíbe. No caso do Entrevistado 6, embora o veículo tenha promovido palestras sobre o uso da tecnologia, os chefes não incentivam sua aplicação de forma recorrente. Então, é provável que a indicação dos supervisores influencie a forma de uso da Inteligência Artificial na redação.

Apenas o Entrevistado 2 afirmou que as IAGs têm dificuldade em replicar a estrutura do texto noticioso: “o *Chat GPT* não sabe hierarquizar as informações da forma como nós jornalistas fazemos”. Esse participante também chamou atenção para a presença de adjetivos nos textos gerados por IA, que é uma prática desaconselhada na escrita de textos noticiosos.

A explicação para esse problema pode ter relação com as notícias com suspeita de uso de IA, já que boa parte dos textos analisados utiliza apenas informações básicas, que são mais fáceis de estruturar, porém, o trabalho da Inteligência Artificial poderia ser insuficiente no caso de matérias mais complexas e contextualizadas, principalmente se a ferramenta tiver sido um modelo mais antigo.

Sobre essa dificuldade de uso, ainda há uma questão a ser destacada: a política para contrato de estagiários dos jornais em que os entrevistados trabalham/trabalhavam. Esses veículos recrutam estagiários a partir do 3º período do curso de jornalismo, ou seja, são estudantes que possuem pouca experiência na redação de textos jornalísticos e por isso podem acabar não percebendo erros cometidos pela IA, principalmente em relação à estrutura da notícia. A falta de experiência também pode atrapalhar a identificação de informações erradas e/ou imprecisas, o que acaba se relacionando com um dos aspectos da crise na profissão: a falta de credibilidade do público em relação aos veículos jornalísticos.

Os participantes 3 e 5 foram os que deram enfoque ao uso de Inteligência Artificial para melhorar título e *lead*, informando que utilizam essa ferramenta, a partir de um texto base, para tornar essas partes do texto mais coesas e dentro do padrão exigido pelos jornais. Isso demonstra que a IA pode ser utilizada facilmente como ferramenta de otimização, porém encontra problemas na criação de textos do zero. Por conta disso, a quantidade e qualidade das informações adicionadas ao *prompt* torna o resultado mais preciso.

Além disso, os entrevistados 3 e 4 citaram que a utilização de IAG na redação de notícias também é capaz de ajudar a aprimorar o texto jornalístico, pois, por meio da observação dos resultados obtidos é possível analisar as características das notícias geradas e pensar em formas diferentes de melhorar a própria escrita.

Um ponto interessante a ser observado é que dois entrevistados (2 e 3) responderam ser contrários ao uso de IA antes de começar a estagiar na redação dos jornais, inclusive, quando questionado se usaria essa ferramenta em um trabalho com uma demanda menor, um deles respondeu: “Acho que não optaria. Antes eu não tinha demanda que eu tenho hoje, por isso nunca precisei usar. Eu acho que o tempo hoje é o que mais conta” (Entrevistado 3). Essa opinião reforça que a inserção de Inteligência Artificial na produção é uma consequência da crise na produção de notícias.

Apesar das entrevistas não contarem com um profissional formado que ainda atue em jornais diários, um aspecto importante foi a percepção dos participantes sobre o uso de IA por colegas jornalistas que são formados. O Entrevistado 6 acha que “para as pessoas mais velhas, elas não se sentem tão à vontade para dizer que usam quanto a gente [estagiários] se sente à vontade.”. Essa observação ganha ainda mais relevância quando comparada ao dado apresentado na introdução desta pesquisa, extraído no estudo “A Inteligência Artificial para

Jornalistas Brasileiros”²³, o qual revelou que 56% dos jornalistas entrevistados usam IA em suas atividades.

O uso mais aparente de IAG pelos estagiários também foi um ponto comentado por pelos entrevistados 2 e 3 — que já trabalharam no mesmo jornal, mas em períodos diferentes — e recordaram que os jornalistas mais antigos não utilizavam ferramentas de automatização, ou no mínimo não compartilhavam publicamente na empresa sobre o uso. Quando questionados sobre os motivos dessa situação, surgiram duas respostas diferentes: 1. preconceito com essa nova tecnologia; 2. demanda reduzida de produção jornalística, “eram pessoas que, às vezes, só tinham que escrever uma vez na semana e tinham mais tarefas administrativas”.

A rotina dos estagiários entrevistados exigia não apenas uma grande quantidade de publicações diárias e mensais, como também meta de visualizações das matérias, por isso a IA era utilizada, pela maioria dos participantes, apenas com o intuito de acelerar a produção, mas sem usar a ferramenta de formas que garantam um impacto positivo na qualidade jornalística. Isso também é uma questão que se relaciona com a análise das matérias, pois muitas seguem um modelo previsível, sugerindo a automatização.

A exigência relacionada a meta de visualizações por publicação foi apontada por um dos entrevistados como uma das formas de utilizar a IAG:

Como eu trabalho exclusivamente com notícias *online*, tem a interface do *site* que não indica um título com mais de 150 caracteres, porque o algoritmo não entrega tanto [aos buscadores]. Então, se tem um título que eu estou sentindo que não está tão coeso, peço para IA outras alternativas, mas sempre baseado no meu texto. (Entrevistado 3)

Entre os entrevistados formados, ambos continuam utilizando Inteligência Artificial na produção de textos jornalísticos. Um deles trouxe uma diferença interessante de uso enquanto profissional e estagiário: “[Na época do estágio], a IAG me ajudou a ter mais agilidade no dia a dia da redação. Quando comecei a trabalhar como jornalista, a IA me ajudou a aprofundar meus conteúdos, dando mais qualidade aos textos” (Entrevistado 4).

As nuances dessa fala podem ser compreendidas de duas maneiras. Primeiramente, nota-se que o tempo limitado para se dedicar na produção das matérias favorece o uso de IAG em processos mais mecânicos, como, por exemplo, a organização das informações básicas, o que explica a presença de textos informativos e padronizados gerados com a ajuda de Inteligência Artificial. Mas, para além disso, é possível compreender que metas e demandas

²³ Disponível em: <https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/>

exageradas acabam atrapalhando a utilização consciente e estratégica de ferramentas de automatização.

6.2. Formulação de *prompt*

Houve unanimidade nas respostas em relação à importância de um *prompt* detalhado na geração de resultados mais satisfatórios e, principalmente, mais condizentes com as características do texto jornalístico. Todos os entrevistados relataram que no início não sabiam como formular o comando, como consequência da falta de treinamento, e por isso utilizavam apenas ordens diretas (ex. refaça, escreva, reformule). A partir das experiências adquiridas no uso constante e com pesquisas para entender melhor as ferramentas, eles começaram a formular *prompts* mais complexos: “O *prompt* é uma habilidade muito importante para quem usa a inteligência artificial. Você tem que saber exatamente o que você precisa e como pedir. Com isso, a gente consegue um resultado perfeito” (Entrevistado 1)

A possível presença de *prompts* simples foi um aspecto apontado durante a análise das estruturas das matérias com suspeita de IA, principalmente nos casos de textos de serviços. Além disso, pedidos menos elaborados podem acabar resultando em um texto desorganizado — como foi explicitado pelo Entrevistado 2 —, já que parte do conteúdo tinha apenas informações repetidas, como é o caso das notícias 2, 6, 7, 8 e 9.

As palavras usadas no comando também foram apontadas como uma parte importante para o resultado final. Por exemplo, um dos participantes citou que no caso de um texto sobre o carnaval seria possível pedir para IAG criar “algo mais lúdico” (Entrevistado 1), enquanto outro comentou que no caso de uma notícia sobre um crime adiciona ao *prompt* o comando para “deixar o texto mais suave” (Entrevistado 3).

O Entrevistado 4 mostrou dois exemplos de modelos de *prompt* que utiliza para geração de textos. No exemplo 1, há uma pontuação sobre o tom do texto: “sou uma jornalista e estou escrevendo uma matéria sobre...”. Nesse caso, a IA serve como uma assistente de redação. Já no segundo, o participante não destaca a função do texto, mas pede informações que vão ser complementadas na notícia, ou servem para compreender mais sobre o assunto: “estou escrevendo sobre a diferença entre modelos de projetores: o primeiro possui 290 ANSI lúmens e o segundo tem 390 ANSI lúmens. Explique detalhadamente o que é ‘ANSI lúmens’ e qual a diferença real na imagem que os modelos projetam?”

Além disso, todos os entrevistados apontaram a necessidade de um profissional qualificado no exercício jornalístico para a formulação dos *prompts*, ainda mais no processo

de revisão do material gerado, pois a IAG é passível de erros e vieses, que podem ser evitados com o olhar crítico e informado do jornalista.

6.3. Tipos de matérias em que a IAG é utilizada

O principal tipo de matéria como conteúdo para automatização são as notícias factuais, segundo as respostas dos participantes. Também foram citados, por três entrevistados, textos de serviços, o que dialoga com a análise feita no capítulo anterior das notícias 1, 2, 3, 4 e 6, que considerou esse tipo de matéria como sendo mais simples de automatizar, principalmente quando o texto não possui citações diretas. Essa característica também é um resultado do uso de IA mais focado na velocidade de publicação do que no aprofundamento das informações.

Ademais, os participantes 1 e 3 relataram sobre o uso de IAG em textos institucionais (como *releases*) da polícia e de institucionais semelhantes:

Quando a Polícia Federal, SAMU, Bombeiros divulgam alguma ocorrência em grupo para imprensa são apenas os detalhes. Então eles informam “sinistro, sete da manhã, dois feridos, quilômetro tal, equipe a caminho” Mas a gente não informa desse jeito, por retrancas, mas sim por texto corrido. Então, a ideia é pegar essas informações, colocar no Chat GPT, e pedir: “produza uma nota com base nas informações que estou passando” (Entrevistado 1).

Esse tipo de texto pode ser visto na notícia 5, já que possui apenas informações básicas sobre o caso, como data, horário e local do acidente. Inclusive, nessa matéria, as fontes utilizadas no texto são a Polícia Civil e o SAMU.

Também chamou a atenção as respostas de três participantes sobre tipos de matérias que, na opinião deles, não são recomendáveis para automatização por IAG. Cada um apontou temas em que consideram o uso de Inteligência Artificial contraindicado:

Quadro 9 - Preferência e cuidados dos entrevistados na seleção de matérias

Entrevistados	Tipo de matéria que evitam	Motivo
2	Saúde	A Inteligência Artificial adicionava informações erradas e sem sentido
3	Violência sexual	Necessitam de uma sensibilidade maior e cuidado para não expor as vítimas, especialmente em casos que envolvem menores de idade
4	Violência sexual e saúde	As matérias desse tipo exigem mais

		cuidado com fontes e dados
--	--	----------------------------

Fonte: elaborado pela autora

Sobre o desaconselhamento do uso de IA em certas notícias, o Entrevistado 4 também mencionou a política de uso da *Open AI* (empresa responsável pelo *Chat GPT*) que “barra” textos que falem, positiva ou negativamente, sobre violência sexual, porém é possível encontrar meios de contornar essa característica. Já na questão das matérias sobre saúde, as fontes que a Inteligência Artificial utiliza, muitas vezes, não condizem com a realidade, transformando a notícia em desinformação.

Outra resposta comum entre os participantes foi em relação ao uso de textos bases para criação das matérias automatizadas. Para o Entrevistado 3, essa é uma forma tornar o processo mais rápido, mas sem perder “a individualidade do texto”. Isso demonstra que as IAGs têm dificuldade em criar um estilo pessoal ou tom específico, se não houver um comando incluído no *prompt*. Já o Entrevistado 2, reforçou que adicionar no *prompt* uma matéria base é uma garantia maior de que o resultado gerado não vai fugir do padrão jornalístico.

6.4. Benefícios do uso

Entre os principais benefícios citados pelos entrevistados estão: aumento na produtividade e otimização das tarefas diárias. Uma das respostas para a pergunta de principais benefícios destacou-se por considerar uma melhoria apenas na diminuição das demandas: “Não vi um benefício no jornalismo em si, porque a forma que eu usei, quando eu estava no jornal como estagiário, era muito essa coisa da produção industrial. Você só sentia esse benefício” (Entrevistado 2).

O Entrevistado 3 citou outra vantagem diferente relacionada a otimização por meio do uso de IAG: pesquisa e comparação de textos antigos que possuem temáticas iguais. Em casos de matérias que falam sobre o desdobramento de fatos anteriores, ele considerou que fazer a revisão manual demanda mais tempo, enquanto o *Chat GPT* pode facilmente organizar os textos e criar um novo usando os antigos de base. Como consequência negativa, essa função pode acabar repetindo informações desnecessariamente, mas se utilizada com cautela pode acrescentar contexto nas matérias seguintes.

6.5. Formas de evitar vieses, desinformação e abordagem antiética

Um problema frequente e muito discutido no uso de Inteligência Artificial para geração de conteúdos, não apenas no contexto jornalístico, é a possibilidade das gerações carregarem informações falsas e vieses, que podem ser tanto reflexo das grandes empresas responsáveis pela criação dessas ferramentas, quanto uma consequência da má conduta de usuários que adicionam ao banco de dados das IAs dados incorretos, imparciais e preconceituosos.

Por conta disso, é necessário que os jornalistas e estagiários, que utilizam IA na produção, procurem formas de contornar esses problemas. Entre as respostas dos entrevistados, todos apontaram que a revisão do texto gerado é essencial para evitar publicar conteúdos indevidos. Os entrevistados 2 e 4 concordam que, após passarem de estagiário para jornalistas, o uso de IAG ganhou um aprofundamento maior, sendo utilizado, até mesmo, para melhorar a criatividade nos textos, mas que para isso é necessário familiaridade com as ferramentas e tempo para produção.

Ainda sobre os cuidados necessários, o Entrevistado 1 destacou que o uso excessivo de Inteligência Artificial pode acabar reduzindo o papel do jornalista a um “operador de *prompts*”. Nesses casos de uso indevido, as notícias passariam a ser apenas textos padronizados, perdendo o caráter crítico e interpretativo do jornalismo. Além disso, esse participante reforçou que a utilização frequente da IA, principalmente para criar textos do zero, pode prejudicar o aprendizado das técnicas de jornalismo e criar dependência do profissional nas ferramentas de automatização. Essa é uma questão especialmente problemática quando lembramos que boa parte das empresas contratam estagiários que ainda não tiveram muito contato com a redação de textos jornalísticos, por estarem nos anos iniciais do curso.

Os entrevistados 2 e 4 afirmaram que aprenderam a utilizar ferramentas de automatização de uma forma mais ética apenas quando começaram a trabalhar profissionalmente, pois tinham mais disponibilidade de tempo para o processo de pesquisa e apuração, reforçando que a carga de trabalho excessiva induz ao uso indevido de IAG.

Todos os aspectos e depoimentos trazidos durante essa fase de análise das entrevistas, só reforça que os sintomas da crise no jornalismo estão totalmente relacionados à incorporação de Inteligência Artificial na rotina das redações, pois com condições melhores

de trabalho e demandas menores, os redatores não precisariam utilizar a IA para produção total de notícias, o que, por conseguinte, reduziria erros e outros problemas.

6.6. Impactos do uso da IA para o mercado de jornalismo

Ao responder o questionamento sobre os impactos da IA no mercado, os entrevistados levantaram pontos positivos e negativos — mas as respostas exploraram âmbitos diferentes da profissão —, como foi resumido pelo Entrevistado 4: “Acredito que o mercado é impactado com transformação, mas também com precarização e continua a sofrer com um problema já conhecido, que consiste na maior parte das empresas focarem no lucro em detrimento de conteúdos de qualidade”. O Entrevistado 6 destacou que “hoje, os jornalistas acabam tendo que ser multifuncionais, né? Ele tem que entender de tudo um pouco”. Essa pontuação se relaciona com a redução nas equipes de redação, além do modelo de negócios em crise, que obriga os jornalistas a exercer diferentes papéis e funções, ampliando a pressão por produtividade.

No caso do Entrevistado 1, foi citado a relevância da Inteligência Artificial para o jornalismo factual, como sendo “praticamente imprescindível para produção de rádio, televisão e redação”. A justificativa chama a atenção para a capacidade que essas ferramentas têm de manter o caráter atual das notícias, promovendo agilidade na produção e publicação, o que se alinha aos resultados da análise das matérias.

Já o Entrevistado 2 lembrou dos impactos diretos na profissão, tanto para os jornalistas quanto para as empresas. Como visto anteriormente, alguns jornais têm incentivado o uso de IA, porém não oferecem capacitação, ocasionando erros e imprecisões. A fala mais interessante desse participante sobre as consequências do uso de Inteligência Artificial tem relação com a crise econômica vivida pelo jornalismo, que foi citada na introdução. Para ele, o modelo de financiamento dos veículos encontra barreiras na formas de monetização, que não conseguem ser superadas com o uso de IA: “Num momento em que as pessoas não querem pagar por informação, ninguém quer assinar um jornal, ninguém quer pagar para ter acesso a uma informação que é publicada de graça nas redes sociais, como o Instagram e Twitter (X)”.

O foco da resposta do Entrevistado 3 considerou o receio ainda frequente dos estudantes de graduação que têm medo da IAG reduzir as oportunidades de emprego. Por outro lado, o Entrevistado 4 entende que o uso de ferramentas de automatização já é uma

prática importante no presente e futuro da profissão. Por isso, também, a necessidade de pesquisas que discutam seriamente e eticamente a inserção das Inteligências Artificiais na rotina de produção jornalística.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Muitos pesquisadores da área de Jornalismo Algorítmico (e outros termos relacionados) consideram a automação como um processo que necessita de um planejamento maior, envolvendo, inclusive, setores de tecnologia, como é o caso de Arce (2009, p.4):

se há uma possibilidade de automação do discurso informativo, essa se dá apenas no contexto da notícia, isto é, na produção da informação primária sobre evento concreto e objetivo. Já a reportagem é resultado de operação analítica ou crítica da realidade, o que exige alto grau de subjetividade, algo, portanto, pouco propício à automação.

Entretanto, no cenário atual de Inteligência Artificial em que o jornalismo está inserido, muitos profissionais entendem a automatização como um processo de produzir notícias de modo mais rápido, motivada pela necessidade de publicar várias notícias em um curto período de tempo. O custo dessa agilidade é a criação de notícias com informações mais básicas e com pouca diversidade de perspectivas, como pôde ser percebido nas análises das notícias, principalmente nas matérias de jornalismo de serviço. Isso reforça a ideia de que a IA foi inserida dentro das redações por conta do cenário criado pela crise do jornalismo.

Vale a pena ressaltar que independentemente da utilização de IAG, se os estagiários e jornalistas tem pouco tempo e recursos para realizar seu trabalho, é natural que os textos sofram uma falta de aprofundamento, reforçando a hipótese inicial de que ferramentas de automação não são a principal causa dos problemas enfrentados na profissão, mas sim uma consequência.

Como vimos nas respostas das entrevistas, a alta demanda não é apenas um dos principais fatores que favorecem o uso de IAG pelos estagiários da redação, mas também é uma das causas que leva ao uso indevido das ferramentas de automatização, o que pode causar sérios problemas éticos.

Ademais, um ponto crucial percebido por meio das duas fases de análise é que a aplicação de Inteligências Artificiais Generativas na produção de notícias não exclui a presença de um profissional capacitado ou em processo de aprendizado, como os estagiários. Pelo contrário, a presença de jornalistas qualificados não apenas no ofício de redação, mas também que saibam como utilizar essa ferramenta de maneira ética e responsável é essencial para a qualidade das notícias produzidas. Para Estevão e Estevão (2023, p.74), “num futuro próximo, o que poderemos esperar será uma substituição das pessoas que não usam a IA por pessoas capazes de a utilizar, e não pela própria IA”.

Como as IAGs recentes não são capazes de realizar, por conta própria, o processo de pesquisa, entrevista e verificação — ou seja, apenas organizam dados e informações já existentes — entende-se que seu papel seria de auxiliar a criação de matérias como uma ferramenta e não como substituta do profissional de jornalismo. Entretanto, da forma como vem sendo implementada nas redações, a automatização por Inteligência Artificial torna-se mais uma aliada da desvalorização do jornalista. Sendo assim, o uso estratégico, crítico e consciente da Inteligência Artificial é essencial, e é uma responsabilidade não apenas dos jornalistas, mas principalmente dos veículos de comunicação. Dessa forma, com treinamento adequado e variabilidade de aplicações, essas ferramentas passariam a gerar resultados melhores, mantendo a qualidade das notícias, além de agregar valores importantes no texto jornalístico.

Um problema a ser avaliado é a ocultação feita pelas empresas jornalísticas ao não identificar matérias escritas com o auxílio de IAG. Quando a automatização passa despercebida do leitor, não há problemas na “recepção” do conteúdo, porém, se o uso dessas ferramentas for refletido no texto, pode gerar desconfiança. Isso pode contribuir para a credibilidade da profissão, pois esse é um valor que se constroi por meio da confiança e transparência nos processos.

Além disso, a falta de identificação foi um fator que dificultou o processo de análise das matérias, pois se tornou desafiador diferenciar conteúdos gerados inteiramente por jornalistas daqueles com auxílio de IA, além de ser mais difícil identificar os padrões. Mesmo assim, a partir da análise das características encontradas na notícia piloto, foi possível identificar problemas relacionados à estrutura previsível, impacto na qualidade da informação e, especialmente, falta de apuração rigorosa. Com relação a isso, os objetivos de uso e a formulação de *prompt* são aspectos que podem ajudar a entender melhor os resultados gerados por automatização, mas são áreas que requerem um aprofundamento próprio.

Embora este trabalho tenha discutido questões importantes sobre o uso de IAG no jornalismo, esse tema mostrou-se bem abrangente, abrindo espaço para pesquisas mais aprofundadas. Como as entrevistas foram apenas com estagiários — e profissionais que utilizaram IA na época dos estágios —, foi possível explorar apenas certos motivos e maneiras de automatização, por isso ainda há possibilidades a serem exploradas, como, por exemplo, pesquisas focadas no uso de IAG por jornalistas formados, além de utilização em outros formatos, como televisão e rádio. Ademais, as Inteligências Artificiais Generativas são aperfeiçoadas rapidamente e é provável que os problemas e características apontadas na

análise sejam alterados com o tempo, o que implica na necessidade constante de estudar essa temática.

Em síntese, pode-se entender que o uso de Inteligência Artificial Generativa no jornalismo é ao mesmo tempo um reflexo e um possível catalisador da crise do jornalismo, expondo fragilidades existentes há bastante tempo na profissão. Entretanto, com uso correto, capacitado e ético essa ferramenta pode favorecer o papel do jornalismo no seu trabalho de divulgar informações socialmente relevantes.

ANEXO

Roteiro das perguntas

- O que te levou a usar IA na criação de notícias?
- Como você constroi o prompt para orientar a IA?
Tem algum modelo padrão?
- Quais os principais benefícios que a IA trouxe para o seu trabalho?
- Quais os critérios para escolher as notícias que vão ser produzidas com o auxílio da ia?
Quais os tipos de notícias que utiliza?
- Quais estratégias você adota para evitar viés, imprecisões ou desinformação no conteúdo produzido com IA?
- Quais os impactos do uso da IA para o mercado de jornalismo?

REFERÊNCIAS

- ARCE, T. **O lead automatizado**: uma possibilidade de tratamento da informação para o jornalismo impresso diário. Revista Exacta, Belo Horizonte, v.2, n. 3, 2009. Disponível em: <https://revistas.unibh.br/dcet/article/view/253/143>. Acesso em: 10 jan. 2025.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARRETO, E. **Jornalismo e política**: a construção do poder. Estudos em Jornalismo e Mídia. v. III, n. 1, p. 11–22, 2006.
- BARSOTTI, A. D. **Transformações contemporâneas nas práticas jornalísticas**: o jornalista on-line como mobilizador de audiência. Rio de Janeiro, 2012, 272 p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- BENEDETI, C. A. **A qualidade da informação jornalística**: uma análise da cobertura da grande imprensa sobre os transgênicos em 2004. Universidade de Brasília, 2006.
- BENETTI, M.; LAGO, C. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007.
- MANZINI, E. J. **Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros**. In: Seminário Internacional sobre pesquisa e estudos qualitativos, 2, 2004, Bauru. A pesquisa qualitativa em debate. Anais... Bauru: USC, 2004.
- BUGRE, A. **Cenários global e local explicam queda da credibilidade do jornalismo, afirma professor da UFMG**. UFMG, 19 fev. 2024. Disponível em: <https://ufmg.br/comunicacao/noticias/cenarios-global-e-local-explicam-queda-da-credibilidade-e-do-jornalismo-afirma-professor-da-ufm>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- CANAVILHAS, J. Jornalismo na Web: Da Pirâmide Invertida à Pirâmide Deitada. Aprender, [S. l.], n. 32, p. 58–65, 2012. DOI: 10.58041/aprender.113. Disponível em: <http://aprender.esep.pt/index.php/aprender/article/view/113>.. Acesso em: 3 fev. 2025.
- CAPRINO, M. P.; ROSSETTI, R. **Lead jornalístico**: origens históricas e crítica prospectiva. Comunicação & Inovação, [S. l.], v. 8, n. 14, 2010. DOI: 10.13037/ci.vol8n14.673. Disponível em: https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/673. Acesso em: 05 fev. 2025.
- CARNEIRO S., M.; FIGUEIREDO, M. A. V. DE . **Utilização de inteligência artificial generativa no jornalismo** - possibilidades e desafios. Mídia e Cotidiano, v. 18, n. 2, p. 27-42, 29 maio 2024.
- CARREIRA, K. **Notícias automatizadas**: a evolução que levou o jornalismo a ser feito por não humanos. Disponível em: https://www.academia.edu/35241827/Noticias_automatizadas_a_evolucao_que_levou_o_jornalismo_a_serfeito_por_nao_humanos. Acesso em: 20 set. 2024.

CARREIRA, K. **Jornalismo automatizado**: perspectivas de (re)definição de funções entre algoritmos e jornalistas. In: X Encontro de Pesquisadores de Comunicação e Cultura e I Simpósio Internacional em Comunicação e Cultura, 2016, Sorocaba. Caderno de Resumos, 2016. p. 34. Disponível em: https://www.academia.edu/29738887/JORNALISMO_AUTOMATIZADO_perspectivas_de_re_defini%C3%A7%C3%A3o_de_fun%C3%A7%C3%B5es_entre_algoritmos_e_jornalistas. Acesso em: 25 jan. 2025.

CASTRO, J. C. L. **Neoliberalismo, guerra híbrida e a campanha presidencial de 2018**. C&S – São Bernardo do Campo, v. 42, n. 1, p. 261-291, jan.-abr. 2020. Disponível em: http://www.jclcastro.com.br/downloads/Julio_Cesar_Lemes_de_Castro_-_Neoliberalismo_guerra_hibrida_e_a_campanha_presidencial_de_Bolsonaro.pdf. Acesso em: 27 dez. 2024.

CASWELL D.; DÖRR K. N. **Automated Journalism 2.0**: Event-driven narratives, Journalism Practice. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>. Acesso em: 22 set. 2024.

CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do jornalismo tem solução?** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

COMASSETTO, L. R. **As razões do título e do lead**: Uma abordagem cognitiva da estrutura da notícia. Concórdia: UnC, 2003.

CARRO, R. **Relatório de Mídia Digital**. Reuters Institute, 2024. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/brazil>. Acesso em: 19 nov. 2025.

CONHECIMENTO sobre IA aumenta percepção de riscos desta tecnologia e apoio à regulamentação na América Latina. Luminato, 10 dez. 2024. Disponível em: <https://www.luminategroup.com/posts/news/report-ipsos-latam-democracia/pt>. Acesso em: 09 jan. 2025.

CRAWFORD, K. **Atlas of AI**: power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence. New Haven: Yale University Press, 2021.

D'ANDRÉA, Carlos. DALBEN, Silvia. Redes Sociotécnicas e Controvérsias na redação de notícias por robôs. Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura, 2017, n.15, v.1, p. 118-140. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21412>. Acesso em: 3 dez. 2024.

DÖRR, K. N. **Mapping the field of Algorithmic Journalism**. Digital Journalism, 4(6), 700–722. DOI: 10.1080/21670811.2015.1096748. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/282642995_Mapping_the_field_of_Algorithmic_Journalism. Acesso em: 20 set. 2024

DUARTE, J. A elaboração do projeto de pesquisa. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

ESTÊVÃO, J. M. C.; ESTÊVÃO, M. D. **Inteligência artificial na avaliação tradicional:** aquisição de conhecimento vs Prompt Engineering. In: ESTÊVÃO, Eduardo; ESTÊVÃO, M. Dulce; MONTEIRO, Jânio; CORREIA, Marisol B. (org.). Livro de Atas 9.º Congresso Nacional de Práticas Pedagógicas no Ensino Superior. Portugal: Universidade do Algarve, 2023. p. 73-80.

FEENBERG, A. **A Teoria Crítica de Andrew Feenberg:** racionalização democrática, poder e tecnologia. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina/CDS/UnB/ Capes, 2010e.

FREITAS, F. **Brasil é o quarto país que mais acessa o ChatGPT.** Tecnoblog, 26 mar. 2024. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/brasil-e-o-quarto-pais-que-mais-acessa-o-chatgpt/>. Acesso em: 02 out. 2024.

GANDOUR, R. **Jornalismo em retração, poder em expansão:** A segunda morte da opinião pública. São Paulo: Sumos, 2020.

GILL, R. Análise de discurso. In: BAUER, M.W. & GASKELL, G. (org.) **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som** – um manual prático. 7 ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MANCINI, L.; VASCONCELLOS, F. **Jornalismo de dados:** conceito e categorias. Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos, v. 18, n. 1, p. 69-82, jan.-abr. 2016. DOI: 10.4013/fem.2016.181.07.

MARTINS FILHO, E. L. **Manual de Redação e Estilo de O Estado de S. Paulo.** 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

NASCIMENTO, D.; VERAS, L. **Entre crises, o jornalismo resiste [parte 1].** ed. 268. Recife: Continente, abr. 2023. Disponível em: <https://revistacontinente.com.br/edicoes/268/entre-crisis--o-jornalismo-resiste--parte-1->. Acesso em: 27 nov. 2024.

PALACIOS, M.; RIBAS, B. **Manual de laboratório de jornalismo na Internet.** Salvador: Editora da UFBA, 2007.

PESQUISA Jornalismo ESPM e Jornalistas&Cia mostra que um em cada quatro jornalistas no País não usa inteligência artificial no trabalho; maioria utiliza IA, mas sem treinamento. Jornalistas & Cia, 10-16 abr. 2024. 1456 ed. Disponível em: <https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. **Transformações no jornalismo em rede:** sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. Intexto, Porto Alegre, n. 25, p. 144–161, 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/24309>. Acesso em: 14 dez. 2024.

REQUIÃO, M; COSTA, D. C. **Discriminação algorítmica:** ações afirmativas como estratégia de combate. *Civilistica.com*, a. 11, n. 3, 2022.

RIBEIRO, A. S. **Aplicação de Modelos de Linguagem de Grande Escala na Otimização de Problemas de Dimensionamento de Lotes de Produção**. Dissertação (Mestrado em Engenharia Mecânica) – Instituto Superior de Engenharia do Porto. Porto, 2024.

ROSS, E. A supressão de notícias importantes. *In*: BERGER, C.; MAROCCO, B. (orgs). **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa - vol. 2. Porto Alegre: Sulina, 2008.

SANTOS, J. F. A. **A importância do jornalismo de qualidade na redução de riscos e desastres**. *Razón y Palabra*, Quito, n. 79, 2012. ISSN 1605-4806. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4733438>. Acesso em: 17 dez. 2024.

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. **Análise de Conteúdo**: Exemplo de Aplicação da Técnica para Análise de Dados Qualitativos. *Qualitas Revista Eletrônica*, [S.l.], v. 16, n. 1, mai, 2015.

SILVEIRA, S. C; NUNES, C. **Jornalismo automatizado na prática: o uso de geração de linguagem natural para cobertura eleitoral**. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n. 154, p. 193-210.

STARKMAN, D. **The watchdog that didn't bark**: The financial crisis and the disappearance of investigative journalism. New York: Columbia University Press, 2014. 368 p.

TESTA, A. L.; TOLDO, C. **Linguagem humana e "linguagem" artificial**: uma discussão necessária. *Letras, [S. l.]*, p. 67–81, 2023. DOI: 10.5902/2176148584595. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/84595>. Acesso em: 07 out. 2024.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo** – Por que as notícias são como são?. vol.1, 2ª ed., São Paulo: Insular, 2005.

———. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRIPATHI, D. R.; TAMRAKAR, A. **Natural Language Generation: Algorithms and Applications**. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), [S. l.]*, v. 9, n. 3, p. 1394–1399, 2018. DOI: 10.61841/turcomat.v9i3.14597. Disponível em: <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/14597>. Acesso em: 15 nov. 2024.

VAZ, T. V. **Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira**. *In*: XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal, RN. Anais. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

VIANA, Eduardo de Carvalho. **Para um manual de redação do jornalismo on-line**. Cadernos da Comunicação: Série Estudos. Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <https://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101395/estudos1.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2025.

VIEIRA, L. de S.; CHRISTOFOLETTI, R. **Impacto no jornalismo online**: cultura do clique, métricas e relevância social. *Lumina, [S. l.]*, v. 13, n. 1, p. 132–148, 2019. DOI: 10.34019/1981-4070.2019.v13.21453. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21453>. Acesso em: 19 nov. 2024.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto**. Tematicas, Campinas, SP, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014. DOI: 10.20396/tematicas.v22i44.10977. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>. Acesso em: 26 nov. 2025.

VOLTA DATA LAB. **A Conta dos Passaralhos**: Um panorama sobre demissões de jornalistas nas redações do Brasil desde 2012. Disponível em: <https://passaralhos.voltdata.info/>. Acesso em: 21 dez. 2024.

WEBER, S.; GREFF, L. B. **Mídia independente, mas hegemônica?** Práticas de noticiabilidade em portais de jornalismo autointitulados independente da extrema direita. Revista InternetLab, v. 4, n. 2, dez. 2023. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/midia-independente-mas-hegemonica-praticas-de-noticiabilidade-em-portais-de-jornalismo-autointitulados-independente-da-extrema-direita/>. Acesso em: 27 nov. 2024.

WINNER, L. **Artefatos têm política?** [Do artifacts have politics?]. Traduzido por: Debora Pazetto Ferreira; Luiz Henrique de Lacerda Abrahão. ANALYTICA, Rio de Janeiro, vol 21 nº 2, 2017, p. 195-218.

YOUNG, M. L.; HERMIDA, A. (2014). **From Mr. and Mrs. Outlier To Central Tendencies**: Computational journalism and crime reporting at the *Los Angeles Times*. *Digital Journalism*, 3(3), 381–397. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976409>. Acesso em: 08 out. 2024.

ZANDOMÊNICO, R. **Inteligência Artificial e Jornalismo**: implicações na redação de notícias e na aquisição do conhecimento. Ponta Grossa: Revista Pauta Geral, v.9.e221397, p.23-38, 2022.