



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS RECIFE
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

ÁGATHA VITÓRIA CAVALCANTI DA SILVA

JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: AS IMPLICAÇÕES DAS DEEPFAKES
FEITAS COM O AUXÍLIO DE IAS NO PROCESSO DE APURAÇÃO JORNALÍSTICA.

RECIFE

2025

CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

ÁGATHA VITÓRIA CAVALCANTI DA SILVA

JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: AS IMPLICAÇÕES DAS DEEPPAKES
FEITAS COM O AUXÍLIO DE IAS NO PROCESSO DE APURAÇÃO JORNALÍSTICA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Jornalismo do
Campus Recife da Universidade Federal de
Pernambuco – UFPE, na modalidade de
monografia, como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientador (a): 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

Silva, Ágatha Vitória Cavalcanti da.

Jornalismo e inteligência artificial: As implicações das deepfakes feitas com o auxílio de IAs no processo de apuração jornalística / Ágatha Vitória Cavalcanti da Silva. - Recife, 2025.

39 p.

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, anexos.

1. Apuração. 2. Inteligência artificial (IA). 3. Deepfake. 4. Desinformação. 5. Crise do jornalismo. 6. Caso da imagem sintética jaqueta puffer do Papa Francisco. I. Figueiredo, Carolina Dantas de. (Orientação). II. Título.

070 CDD (22.ed.)

ÁGATHA VITÓRIA CAVALCANTI DA SILVA

JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: AS IMPLICAÇÕES DAS DEEPPAKES
FEITAS COM O AUXÍLIO DE IAS NO PROCESSO DE APURAÇÃO JORNALÍSTICA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Coordenação do Curso de Jornalismo do
Campus Recife da Universidade Federal de
Pernambuco – UFPE, na modalidade de
monografia, como requisito parcial para a
obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

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

Prof^ª. Dr^ª. Elane Gomes da Silva Oliveira (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Adriano Austeclinio Padua dos Santos (Examinador Externo)
UFMG

Dedico esse trabalho primeiro àquele que me possibilitou todas as coisas, pois sem Ele, eu nada poderia fazer (João 15:5) Aos meus pais, que foram as bases que sustentaram a minha estrutura desde sempre, ao meu namorado, por acreditar que eu conseguiria e aos meus amigos e entes queridos. Todos os anteriormente citados, estão torcendo por mim, e isso continua fazendo muita diferença.

AGRADECIMENTOS

À Profª Drª Carolina Dantas, por toda mentoria durante a confecção desta monografia ,
ao Prof. José Afonso, por iluminar as ideias desde o início e aos componentes da banca, que
aceitaram o convite e reservaram uma parcela de seu tempo para avaliar este trabalho.

JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: AS IMPLICAÇÕES DAS DEEPFAKES FEITAS COM O AUXÍLIO DE IAS NO PROCESSO DE APURAÇÃO JORNALÍSTICA.

JOURNALISM AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE IMPLICATIONS OF DEEPFAKES CREATED WITH THE AID OF AI IN THE JOURNALISM INVESTIGATION PROCESS.

ÁGATHA VITÓRIA CAVALCANTI DA SILVA

RESUMO

Este trabalho investiga as implicações do uso de inteligência artificial (IA) na produção de *deepfakes* e seus impactos no processo de apuração jornalística, em um cenário de produção marcado pela superlotação informacional, precarização nas rotinas de trabalho e crescente desconfiança social nas instituições midiáticas. O objetivo central consiste em analisar como a verossimilhança e plausibilidade técnicas proporcionadas pelas tecnologias generativas podem fragilizar a credibilidade da notícia e desafiar o papel do jornalismo enquanto mediador da verdade factual. A pesquisa adota revisão bibliográfica interdisciplinar, com autores do campo do jornalismo, ética e estudos sobre IA, e desenvolve um estudo de caso sobre a imagem sintética do Papa Francisco vestindo uma jaqueta puffer branca, viralizada em 2023. Apoiado em metodologia de estudo de caso e análise documental, o trabalho examina a linha de disseminação da imagem, a cobertura midiática inicial e a ausência de protocolos de verificação por parte de veículos jornalísticos. Os resultados evidenciam falhas significativas de apuração e indicam que a incorporação acrítica de ferramentas de IA, aliada à pressão por rapidez no ciclo de notícias, pode ampliar vulnerabilidades do jornalismo diante da desinformação algorítmica. Conclui-se que o uso responsável da IA, sustentado por literacias digitais, formação técnica e rigor metodológico, é indispensável para reforçar a credibilidade jornalística e preservar sua função social em defesa do interesse público e do direito à informação.

Palavras-chave: Apuração; Crise do jornalismo; *Deepfake*; Desinformação; Inteligência Artificial, Produção jornalística, Relações de trabalho.

ABSTRACT

This study investigates the implications of using artificial intelligence (AI) in the production of deepfakes and its impacts on journalistic fact-checking processes, within a media production environment characterized by information overload, precarious working routines, and growing social distrust in media institutions. The main objective is to analyze how the technical verisimilitude and plausibility enabled by generative technologies can weaken news credibility and challenge journalism's role as a mediator of factual truth. The research adopts an interdisciplinary literature review, drawing on authors from journalism studies, ethics, and AI research, and develops a case study on the synthetic image of Pope Francis wearing a white puffer jacket, which went viral in 2023. Supported by case study methodology and document analysis, the work examines the dissemination trajectory of the image, the initial media coverage, and the absence of verification protocols in professional newsrooms. The results reveal significant fact-checking failures and indicate that the uncritical incorporation of AI tools, combined with time pressure in news cycles, can increase journalism's vulnerabilities to algorithmic misinformation. The study concludes that the responsible use of AI supported by digital literacies, technical training, and methodological rigor is essential to strengthen journalistic credibility and preserve its social function in defending the public interest and the right to information.

Keywords: Artificial Intelligence; Deepfake; Disinformation; Fact-checking; Journalism crisis ; Journalistic production; Labor relations.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - Imagem sintética do Papa Francisco gerada por IA.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. TEORIA DO JORNALISMO E APURAÇÃO DE FATOS	13
3. DEEPPFAKE E DESINFORMAÇÃO	17

4. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO	22
5. METODOLOGIA - ESTUDO DE CASO	27
6.CASO, ANÁLISE E RESULTADOS: O PAPA E A JAQUETA PUFFER	28
6.1. INTRODUÇÃO AO CASO	28
6.2. A FOTOGRAFIA COMO PROVA E A RUPTURA TECNOLÓGICA DA VERACIDADE	29
6.3. “JAQUETA PUFFER DO PAPA”: CRONOLOGIA, DISSEMINAÇÃO E FALHAS DE APURAÇÃO	29
6.3.1. O SURGIMENTO E A VIRALIZAÇÃO DA IMAGEM	30
6.3.2. REPLICAÇÃO SEM VERIFICAÇÃO	31
6.3.3. A CORREÇÃO EDITORIAL	32
6.3.4. PRINCIPAIS ERROS DE APURAÇÃO IDENTIFICADOS	33
6.3.5. IMPACTOS SIMBÓLICO , SOCIAIS E DE CREDIBILIDADE.	33
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
8. REFERÊNCIAS	35

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo sempre se reinventou para acompanhar as transformações tecnológicas, seja com o surgimento da imprensa escrita, do rádio, da televisão, ou, mais recentemente, da internet e das redes sociais. No entanto, nos últimos anos, a Inteligência artificial (IA) tem emergido como um dos maiores desafios para atividade jornalística, especialmente no que diz respeito à apuração de informações. A crescente capacidade de IAs de gerar imagens, áudios e textos hiper-realistas tem tornado cada vez mais difícil distinguir o que é real do que é fabricado. Essa nova realidade exige uma reflexão profunda sobre as práticas jornalísticas e o papel dos profissionais da área na busca pela verdade.

Com o avanço da IA generativa, *deepfakes* têm se tornado cada vez mais sofisticados, possibilitando a criação de vídeos e áudios falsos com um realismo impressionante. Em cenários políticos, econômicos e sociais, esses recursos podem ser utilizados para manipulação de informações, levando a um aumento exponencial da desinformação. Para os jornalistas, o desafio está em como verificar a autenticidade de conteúdos digitais quando as próprias ferramentas utilizadas para fabricá-los também estão em constante evolução.

Segundo Chesney e Citron (2019), o avanço acelerado das tecnologias de síntese digital tende a reconfigurar profundamente o ecossistema informacional contemporâneo. Os autores afirmam que, à medida que *deepfakes* se tornam mais realistas e acessíveis, cresce de forma proporcional a dificuldade de distinguir o verdadeiro do artificial, comprometendo não apenas a confiança individual, mas também a estabilidade de processos coletivos, como eleições, deliberação pública e a circulação de notícias. Para eles, a proliferação de conteúdos sintéticos altamente persuasivos inaugura um cenário no qual instituições, jornalistas e cidadãos precisarão operar sob constante incerteza, dado que a simples visualidade já não pode ser tomada como evidência confiável. Assim, argumentam que o impacto dessa tecnologia ultrapassa a esfera técnica, atingindo as bases normativas da vida democrática e exigindo novos modelos de verificação, responsabilização e literacia digital.

Um dos primeiros casos de desinformação gerada por IA a reverberar mundialmente, ocorreu em março de 2023, quando uma imagem do Papa Francisco vestindo uma jaqueta branca e estilosa viralizou na internet. Muitos usuários acreditaram na autenticidade da foto, e até mesmo jornalistas foram enganados inicialmente. A imagem, no entanto, foi gerada por meio do MidJourney, um software de IA especializado na criação de imagens hiper-realistas. Esse caso demonstrou como as ferramentas de IA podem produzir conteúdos enganosos que desafiam o olhar crítico do público e a capacidade dos jornalistas de verificarem informações rapidamente.

O processo de apuração, tradicionalmente baseado em entrevistas, investigação documental e verificação de fatos, precisa ser adaptado para lidar com um ambiente midiático onde as *deepfakes* feitas com o apoio da IA tem o poder de falsificar provas visuais e sonoras. Além disso, há um agravante: muitas redações têm incorporado ferramentas de IA para otimizar a produção de conteúdo, o que, se mal administrado, pode comprometer a qualidade e a credibilidade do jornalismo. Dessa forma, é essencial compreender as implicações da IA como uma potencializadora de *deepfakes* na apuração jornalística e buscar mecanismos para fortalecer a verificação dos fatos.

Com algoritmos cada vez mais refinados, plataformas de redes sociais priorizam conteúdos que geram maior engajamento. Essa dinâmica reforça bolhas informacionais e dificulta ainda mais o trabalho dos jornalistas, que precisam lutar contra um sistema que frequentemente amplifica a desinformação. O fenômeno das *deepfakes*, que já era um problema grave, agora ganha uma nova camada de complexidade com o uso da IA na criação de conteúdo enganoso.

Nesse contexto, surge a necessidade de explorar soluções que possam auxiliar os jornalistas na detecção de manipulação digital. Iniciativas como a implementação de blockchain para rastrear a autenticidade de imagens e vídeos, o desenvolvimento de algoritmos especializados em identificar *deepfakes* e o investimento em educação midiática são algumas das possibilidades a serem consideradas. Além disso, torna-se imprescindível discutir a ética no uso de IA dentro das redações, para garantir que a tecnologia seja uma aliada e não uma ameaça à credibilidade do jornalismo.

Diante desse cenário, este trabalho busca:

- Investigar e analisar o processo de produção de deepfakes geradas com o auxílio de IA, e como isso afeta a disseminação de fake news;
- Analisar o caso real conhecido como “Jaqueta puffer do Papa”, que consistiu em uma imagem sintética gerada com o auxílio de inteligência artificial, que foi disseminada globalmente, e como esse caso evidencia fragilidades no processo de apuração jornalística frente aos novos desafios contemporâneos, identificando as falhas e os desafios enfrentados por veículos de comunicação na verificação de informações;
- Explorar estratégias de adaptação do jornalismo diante do avanço das tecnologias de IA, sugerindo abordagens que fortaleçam a apuração e minimizem os riscos da desinformação.

A escolha dos objetivos visam responder às seguintes questões: Como as *deepfakes* que usam auxílio de Inteligência Artificial têm impactado a apuração jornalística? Como os jornalistas podem se adaptar a essa nova realidade sem comprometer a qualidade da informação? A manipulação de imagens e vídeos por IA torna mais difícil a identificação do conteúdo forjado, uma vez que grande parte da sociedade já não tem incentivo a estimular o próprio senso crítico, e é guiada pela verossimilhança e plausibilidade.

A relevância do tema se justifica pela crescente presença da Inteligência Artificial na sociedade e pelo impacto direto que ela tem na produção de *deepfakes* e consumo de informação. A compreensão desse fenômeno é essencial para a construção de um jornalismo resiliente e preparado para lidar com os desafios da era digital.

Para alcançar tais objetivos, o trabalho está estruturado em 5 capítulos, além desta introdução e da conclusão. O primeiro capítulo apresenta noções gerais sobre a teoria do jornalismo e apuração de fatos. O segundo capítulo disserta sobre desinformação e *deepfakes* na era digital. O terceiro capítulo discute acerca de inteligência artificial e suas implicações no jornalismo. O quarto capítulo apresenta a metodologia escolhida. O quinto capítulo é centrado num estudo de caso: o Papa e a jaqueta Puffer. A conclusão retoma as principais reflexões e apresenta os resultados obtidos.

2. TEORIA DO JORNALISMO E APURAÇÃO DOS FATOS

O jornalismo nasceu de uma necessidade intrínseca ao ser humano: compreender o mundo ao seu redor. A necessidade de estar informado não é apenas prática, mas simbólica. A informação constrói repertórios, fomenta a oralidade e a socialização, e possibilita o sentimento de pertencimento a determinados grupos. A pergunta “o que está acontecendo?” acompanha a humanidade desde seus primórdios. Como observa Arendt (1954), a necessidade humana de compreender o mundo é tão antiga quanto a própria existência da humanidade. (Arendt, 1954). Mas o jornalismo moderno surge, sobretudo, da busca pela verdade factual - um compromisso ético e social que orienta o ofício. Kovach e Rosenstiel (2003) reforçam essa noção ao afirmarem que “a primeira obrigação do jornalismo é com a verdade e sua primeira lealdade é com os cidadãos”.

Assim, o jornalista consolida-se como mediador entre os fatos e a sociedade, responsável por apurar, contextualizar e comunicar a realidade de forma rigorosa e transparente. Entretanto, o poder de informar e formar opinião pública jamais passou despercebido pelas estruturas de poder, segundo Traquina (2005) “O jornalismo não apenas transmite informação: ele a produz, seleciona e organiza segundo critérios próprios, exercendo assim um poder simbólico capaz de influenciar percepções, comportamentos e relações sociais.” A imprensa, desde o seu surgimento, foi percebida tanto como ferramenta de emancipação quanto de dominação. Quando não é possível silenciar a mídia, tenta-se controlá-la. A história do jornalismo é, portanto, também a história de sua constante *tentativa de captura*, seja por interesses econômicos, políticos ou ideológicos. A perda gradual da autonomia editorial, o avanço da lógica mercadológica e a transformação das redações em empresas de comunicação submetidas à lógica do lucro, contribuíram para um esvaziamento de valores éticos e para o distanciamento do jornalista de sua função social original.

Historicamente, o jornalismo nasce vinculado à política. Nelson Traquina (2005) observa que, em suas origens, “o jornalismo era predominantemente panfletário e partidário, e os jornalistas eram vistos como agitadores políticos.” A figura do repórter comprometido com a neutralidade e a objetividade é uma construção posterior, fruto das transformações sociais e econômicas da era pós-Revolução Industrial. O crescimento da alfabetização e o surgimento de novos públicos exigiram uma imprensa mais diversificada e acessível. Para conquistar credibilidade, o jornalismo precisou se afastar de sua imagem ideológica e se aproximar de um modelo de objetividade inspirado no positivismo científico, centrado na verificação dos

fatos e na busca por imparcialidade. Traquina (2005) também observa que, “o jornalismo é uma forma de conhecimento sobre a realidade e seu compromisso primordial é com a verdade factual”. Esse compromisso com a verdade se traduz na prática cotidiana da apuração - processo que envolve checar, comparar e validar informações antes de sua divulgação. Ele também ressalta como o positivismo estimulou o imediatismo no jornalismo :

“A obsessão pelos fatos acompanhou uma crescente obsessão com o tempo e uma maior orientação por parte da imprensa para os acontecimentos. O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX como iria marcar toda a história do jornalismo ao longo do século XX até o presente, apertando cada vez mais a pressão das horas-de-fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo. De novas edições dos jornais no mesmo dia à quebra da programação televisiva anunciada com boletins; novos avanços tecnológicos nas últimas décadas do século XX tornaram possível, de longa distância, atingir o cúmulo do imediatismo – “a transmissão direta do acontecimento”.

(Traquina, 2005, p.53)

Verificar, confirmar e contextualizar passou a ser a essência do trabalho. Contudo, com a modernização e acessibilidade da tecnologia, e a aceleração dos fluxos informacionais, o jornalista se encontrou em um mundo globalizado onde seu produto, as notícias, acontecem 24h por dia. O surgimento do rádio, da televisão, do telefone, da fotografia e, mais recentemente, da internet e das redes sociais, ampliou exponencialmente o alcance da informação, mas também impôs novos desafios éticos e profissionais.

Como consequência dessas transformações globais, o aumento da demanda por conteúdo transformou a notícia em produto e o jornalista em operário do tempo. O *deadline* tornou-se o centro da rotina produtiva, comprimindo o espaço da apuração em favor da velocidade. Paralelamente, o sensacionalismo, a competição por audiência e a pressão por resultados comerciais contribuíram para o enfraquecimento do compromisso com a verificação e a contextualização dos fatos. O jornalismo passou a privilegiar o impacto e o imediatismo, em detrimento da profundidade e da responsabilidade social. Kovach e Rosenstiel (2014, p. 103) ressaltam que “o jornalista moderno precisa conciliar a agilidade das novas tecnologias com o compromisso permanente da verificação”. Assim, o desafio contemporâneo não é apenas publicar rápido, mas publicar certo.

Esse cenário foi agravado pela precarização das relações de trabalho e pela perda do monopólio da informação. Com o advento das redes sociais, qualquer cidadão passou a produzir e difundir conteúdos em larga escala, o que enfraqueceu o papel mediador do jornalista e intensificou a desvalorização da profissão. Hoje, a desinformação tem ganho cada

vez mais espaço - e, muitas vezes, maior credibilidade - do que o jornalismo profissional. Pierre Bourdieu (1997), analisa o campo jornalístico como um espaço de disputas simbólicas, onde diferentes agentes competem por autoridade e legitimidade. A apuração rigorosa e a checagem responsável tornam-se, nesse sentido, práticas de resistência - formas de reafirmar o jornalismo como campo autônomo e comprometido com o interesse público. A somatização de funções nas redações, o acúmulo de tarefas e o sucateamento das condições de trabalho resultam em profissionais sobrecarregados e desmotivados. Traquina (2005) enfatiza como Muitos jornalistas, pressionados por metas e prazos, veem-se obrigados a optar por atalhos, priorizando a rapidez à precisão.

Muitas vezes o trabalho jornalístico realiza-se em situações difíceis, marcadas por múltiplas incertezas. O trabalho jornalístico é condicionado pela pressão das horas de fechamento, pelas práticas levadas a cabo para responder às exigências da tirania do fator tempo, pelas hierarquias superiores da própria empresa, e, às vezes o(s) próprio(s) dono(s), pelos imperativos do jornalismo como um negócio, pela brutal competitividade, pelas ações de diversos agentes sociais que fazem a “promoção” dos seus acontecimentos para figurar nas primeiras páginas dos jornais ou na notícia de abertura dos telejornais da noite. (Traquina, 2005, p.25)

Como ironiza o ditado popular, “quem faz tudo ao mesmo tempo, não faz nada bem”. Assim, o jornalismo, antes guardião da verdade, vê-se imerso em uma crise que ultrapassa os séculos, multifacetada, complexa, que não se dissolve de um dia para o outro, de identidade: o compromisso com a apuração rigorosa cede espaço à lógica da produtividade e da sobrevivência. Adorno e Horkheimer (1985) já alertavam, ao discutirem a indústria cultural, que a informação poderia se transformar em mercadoria, perdendo seu caráter crítico e emancipador. No contexto contemporâneo, essa advertência é atual: a velocidade e a lógica de mercado ameaçam o papel do jornalista como mediador ético e intelectual.

Esse enfraquecimento da apuração abre brechas para um novo e preocupante fenômeno: a proliferação de conteúdos sintéticos e manipulados com o auxílio da inteligência artificial - os chamados *deepfakes*. O conceito de *gatekeeping*, desenvolvido por Kurt Lewin e aprofundado por David Manning White, explica como o jornalista atua como “porteiro” da informação, selecionando o que será ou não publicado. Traquina (2005) observa que esse processo é inevitável e revela o poder social do jornalismo, já que “o que é noticiado não reflete toda a realidade, mas sim uma seleção dela”. Nesse sentido, a checagem das informações assume papel central: ela é o filtro ético e técnico que legitima a decisão de publicar.

O jornalista, ao exercer o *gatekeeping*, precisa equilibrar critérios de noticiabilidade com a responsabilidade social de garantir que o público receba informações verificadas e contextualizadas. A ausência dessa verificação pode comprometer a credibilidade institucional e ampliar o espaço para desinformação. Em um ambiente já fragilizado pela pressa, pela desinformação e pela perda de confiança social, o surgimento dessas tecnologias representa um desafio sem precedentes para o jornalismo contemporâneo. É nesse ponto que o debate entre apuração, ética e tecnologia se cruza, introduzindo o segundo capítulo deste trabalho: *Deepfakes e desinformação*.

3. DESINFORMAÇÃO E *DEEPPFAKES*

O termo *deepfake* resulta da junção de “deep learning” (aprendizado profundo) e “fake” (falso). Trata-se de uma tecnologia baseada em redes neurais artificiais que possibilita a substituição de rostos em vídeos, a clonagem de vozes e até mesmo a simulação de ações humanas com elevado grau de realismo. De acordo com Chesney e Citron (2019), as *deepfakes* representam uma “nova fronteira da manipulação digital, capaz de alterar a percepção da realidade e gerar sérias consequências sociais, políticas e éticas”. Embora a inovação tecnológica por si só desperte fascínio, é imprescindível compreender como e por que esse tipo de artifício encontrou terreno fértil para se difundir amplamente na sociedade contemporânea, sobretudo em um contexto caracterizado pela desinformação, pela pressa informacional e pela credulidade digital.

Winner (2017, p. 197) afirma que “o que importa não é a tecnologia em si mesma, mas o sistema social ou econômico no qual ela se insere”. Em outras palavras, o contexto sociotécnico é determinante para o modo como determinadas inovações se desenvolvem e ganham legitimidade. As *deepfakes* não emergem, portanto, em um vácuo social: elas se consolidam num ambiente de hiperconectividade, pós-verdade e enfraquecimento das mediações jornalísticas tradicionais.

Há, ainda, fatores inerentes à própria tecnologia e à psicologia humana que explicam a credibilidade conferida a essas produções audiovisuais. Os conceitos de verossimilhança e plausibilidade são fundamentais nesse sentido. Suscitando aquilo que define o dicionário brasileiro, verossimilhança corresponde àquilo que se assemelha ao real, enquanto plausibilidade diz respeito ao que é possível de ocorrer dentro dos limites da realidade percebida. Em termos gerais, plausibilidade refere-se à qualidade do que é razoável, aceitável ou provável de ser verdadeiro, enquanto verossimilhança se refere à aparência de verdade ou à qualidade de ser crível ou realista. Embora relacionados, eles se distinguem na medida em que a plausibilidade está mais ligada à razoabilidade da afirmação, enquanto a verossimilhança se refere à sua aparência de verdade, mesmo que não seja necessariamente verdadeira, como em obras de ficção. Quando uma *deepfake* une esses dois elementos - aquilo que parece real e aquilo que poderia acontecer - ela se torna potencialmente perigosa.

Um exemplo histórico que afirma o poder desses dois elementos ocorreu em 1938, com a transmissão radiofônica de “A Guerra dos Mundos”, adaptação dramatizada por Orson Welles

do romance de H. G. Wells para o programa *Mercury Theatre on the Air*, veiculado pela CBS. A dramatização relatava supostos ataques marcianos à cidade de Grover's Mill, em Nova Jersey, por ter sido estruturada como uma cobertura jornalística, com reportagens externas, entrevistas falsas, comentários de especialistas, efeitos sonoros e a simulação de transmissão ao vivo, a narrativa assumiu uma estética de verdade, o que favoreceu sua rápida assimilação como fato real por parte da audiência¹. Segundo estimativas da própria emissora, cerca de seis milhões de pessoas ouviram o programa, sendo que aproximadamente metade sintonizou a transmissão após o início, perdendo o aviso introdutório de que se tratava de ficção; desse total, pelo menos 1,2 milhão de ouvintes acreditaram na veracidade do conteúdo, e cerca de 500 mil entraram em estado de pânico, resultando em congestionamentos, sobrecarga das linhas telefônicas e alvoroços em localidades próximas ao local fictício da invasão. O episódio, posteriormente conhecido como “rádio do pânico”, expôs de forma contundente como conteúdos plausíveis, quando apresentados de maneira verossímil, podem assumir um caráter de “verdade” e produzir efeitos concretos no comportamento coletivo.

Em um cenário mais contemporâneo, um vídeo de uma vaca tocando violão é verossímil (pois existem vacas), mas não é plausível. Já uma montagem mostrando uma vaca atacando um político, embora absurda, pode ser interpretada como possível, especialmente se reforçar convicções pessoais ou ideológicas. Essa combinação entre aparência realista e narrativa plausível fragiliza os mecanismos cognitivos de discernimento. À medida que o cérebro humano é exposto de forma recorrente a esse tipo de conteúdo, ocorre um processo de *dessensibilização crítica*, em que os limites entre o real e o imaginário tornam-se cada vez mais difusos. Pesquisas em psicologia cognitiva demonstram que o cérebro humano possui uma predisposição natural a confiar em estímulos visuais e auditivos (Kahneman, 2012).

Assim, quanto mais realista for a aparência de uma imagem, menor é o esforço cognitivo necessário para aceitá-la como verdadeira. Esse processo é agravado pelo chamado viés de confirmação, segundo o qual as pessoas tendem a acreditar mais facilmente em informações que confirmam suas crenças prévias (Pariser, 2011). Esse fenômeno tem sido observado no cotidiano das redes sociais, no qual *deepfakes* muitas vezes são compartilhadas como “memes” (breve imagem, vídeo, texto ou semelhante, com efeito humorístico ou satírico, que

¹Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cn49mgv737po>

se propaga rapidamente através das redes sociais), e comentários como “mostrei pra minha avó e ela acreditou” revelam o poder de persuasão dessas imagens manipuladas. Mesmo em situações de humor, tais conteúdos reforçam uma cultura de credulidade e reduzem o estímulo à checagem de informações.

Para compreender a amplitude dessa vulnerabilidade social, é necessário considerar o contexto histórico da formação educacional e informacional brasileira. O Brasil, até poucas décadas atrás, possuía uma taxa significativa de analfabetismo e um acesso limitado à educação crítica. As raízes escravocratas e as desigualdades estruturais mantiveram grande parte da população concentrada na sobrevivência diária, o que inviabilizou o desenvolvimento de um pensamento autônomo e questionador. Como já apontava Paulo Freire (1987), uma sociedade que não estimula a consciência crítica tende a reproduzir relações de opressão, aceitando passivamente discursos prontos. O resultado é um fortalecimento daquilo que Han (2018) chama de “sociedade do cansaço”: uma comunidade esgotada emocional e cognitivamente, que prefere a sensação de conforto à reflexão profunda. Nesse contexto, as *deepfakes* operam como instrumentos perfeitos de desinformação, pois oferecem narrativas visualmente convincentes e emocionalmente satisfatórias.

Nesse cenário, a mídia brasileira consolidou-se como um espaço de espetacularização e personalismo, sobretudo no jornalismo televisivo. Casos policiais são narrados como novelas, e os apresentadores tornam-se figuras carismáticas que opinam e conduzem emocionalmente o público. Com a expansão das plataformas digitais, o consumo de informação passou a se misturar ao entretenimento, transformando o espectador em um consumidor passivo. As redes sociais, pautadas por algoritmos de engajamento, privilegiam conteúdos leves e cômicos, de acordo com Santaella (2019), as plataformas digitais instauraram uma nova ecologia cognitiva, em que a atenção é constantemente fragmentada e o consumo de conteúdo se orienta pela lógica do prazer imediato. No contexto de redes sociais, isso explica o porquê os conteúdos que retêm maior atenção são trends (tendência ou o que está em alta no momento. refere-se a um tema, desafio, música, meme ou estilo que se torna popular e viraliza entre muitos usuários.), fofocas e vídeos curtos, reforçando a busca por distração em detrimento da reflexão.

Outro fator relevante é o papel da educação familiar na socialização contemporânea. Em uma sociedade marcada pela hiperconectividade e pela sobrecarga de trabalho, crianças da chamada Geração Alpha (composta por pessoas nascidas a partir de 2010 e que nascerão

até 2025, sendo a geração atual.), crescem mediadas por telas e algoritmos, o que influencia sua forma de ver o mundo e se comportar, os membros desta geração são os primeiros a crescerem totalmente imersos na tecnologia digital, sendo muitas vezes “educadas” por dispositivos digitais. Pesquisas recentes (Silva, 2023; Unicef, 2022) constataram que o tempo médio de exposição de crianças brasileiras a dispositivos digitais ultrapassa quatro horas diárias, o que afeta diretamente sua percepção de mundo e capacidade de concentração. Silva (2023) argumenta que, ao terceirizar a educação para as telas, as famílias contribuem para a criação de uma geração com baixa tolerância à frustração e reduzida capacidade de questionamento. Nesse cenário, as *deepfakes* encontram um público particularmente vulnerável, que tende a naturalizar a fusão entre realidade e ficção. Assim, o que antes seria considerado “impossível” pela geração anterior, passa a ser interpretado como “provável”, abrindo espaço para a naturalização de narrativas artificiais.

No campo do jornalismo, esse contexto produz impactos diretos. O estreitamento do deadline e a aceleração dos fluxos de produção midiática reduzem o rigor na checagem e ampliam o risco de erros ou enviesamentos. Vieira e Christofolletti (2013, p. 91-92) destacam que o “afrouxamento no rigor da apuração, a ausência de controle interno de qualidade e a pressão por velocidade” tornam o ambiente jornalístico vulnerável a falhas e desinformações cotidianas. Em um ambiente social saturado por informações e pela busca incessante por conforto cognitivo, surge o fenômeno do individualismo epistêmico (a crença de que cada indivíduo é detentor de sua própria verdade). Esse cenário contribui para o fenômeno que Nichols (2017) denomina “morte da competência”, no qual a opinião individual passa a ter o mesmo peso que o conhecimento especializado.

Em meio à sobrecarga informacional, os indivíduos tendem a se ancorar em suas próprias convicções, acreditando serem detentores de verdades absolutas - um processo que Bauman (2001) interpreta como resultado da “modernidade líquida”, em que tudo é volátil, inclusive a própria noção de verdade. Nesse sentido, a checagem de fatos se torna irrelevante: o que importa não é a veracidade da informação, mas sua coerência com as convicções pessoais. Assim, conteúdos falsos, especialmente de cunho político, são compartilhados não porque enganam, mas porque confirmam.

O jornalista, inserido nesse mesmo ecossistema social, enfrenta o dilema de ser simultaneamente agente crítico e produto da cultura informacional em que atua. Mesmo com formação voltada à apuração e ao senso crítico, o profissional se vê submetido à lógica da

velocidade e da concorrência. Quando veículos de comunicação falham em garantir credibilidade, perdem espaço para fontes alternativas - como grupos de WhatsApp e páginas nas redes sociais - que aparentam ser mais “autênticas” por se aproximarem da linguagem cotidiana do público.

Portanto, compreender as *deepfakes* vai muito além da análise técnica: é uma tarefa social, cultural e ética. Elas são o reflexo de uma sociedade que consome o que confirma suas crenças, que confunde emoção com verdade e que, diante do cansaço cotidiano, delega a outrem a tarefa de pensar criticamente. As *deepfakes* são, em última instância, o espelho de uma cultura que valoriza o imediato, privilegia o emocional e desconfia do conhecimento técnico. Diante disso, o desafio do jornalismo contemporâneo é reafirmar seu compromisso ético e epistemológico com a verdade, não apenas como fato, mas como processo de verificação, contextualização e responsabilidade social.

4. JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

O cenário contemporâneo da comunicação é marcado por saturação informacional, múltiplas plataformas e velocidade extrema na circulação de dados. Esse ambiente, como discutido nos capítulos anteriores, impõe desafios severos ao jornalismo, sobretudo no processo de apuração, que historicamente constitui a base de sua credibilidade e de sua legitimidade social (Kovach; Rosentiel, 2014). A apuração pode ser compreendida como o eixo epistemológico do jornalismo, pois é por meio dela que o jornalista transforma informações dispersas em conhecimento socialmente validado. Segundo Tuchman (1983), a notícia resulta de um processo metodológico que busca conferir confiabilidade pública ao relato jornalístico, por meio da mediação profissional e da validação empírica das informações, já a apuração funciona como um ritual estratégico de objetividade, responsável por conferir legitimidade pública ao relato jornalístico.

Meyer (2002) reforça essa perspectiva ao defender o jornalismo de precisão, no qual a verificação sistemática assume contornos semelhantes ao método científico, reduzindo subjetividades e incertezas. No cenário digital, esse vínculo ético-institucional encontra-se fragilizado: marcas jornalísticas enfrentam baixa confiança social, especialmente em contextos de intensa desinformação (Marques et al., 2021). Assim, a apuração permanece como a principal âncora de credibilidade em um ecossistema marcado por ruído informacional e disputas de autoridade narrativa. A pressão do tempo, atrelada à lógica digital orientada por engajamento e viralização, alterou profundamente a dinâmica da produção noticiosa. Como observa Lima (2025), “esse aumento no fluxo de informações causou um encolhimento ainda maior no *deadline* para a publicação das notícias [...] prejudicando a qualidade da informação e facilitando a disseminação de notícias falsas”. É nesse contexto de aceleração e precarização da apuração que a inteligência artificial (IA) emerge como ferramenta estratégica no jornalismo.

No Brasil, o estudo “A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”, produzido pela ESPM em parceria com a revista Jornalistas & Cia (2024)², fornece um panorama revelador

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

sobre o uso da IA nas redações. Segundo os dados, 56% dos jornalistas brasileiros já utilizam algum tipo de IA em suas práticas profissionais, enquanto 26,5% afirmam não utilizar a tecnologia de forma alguma. Apesar desse avanço, a pesquisa aponta para uma contradição preocupante: 69,2% dos jornalistas nunca receberam treinamento adequado no uso da tecnologia. A ausência dessa qualificação torna-se ainda mais relevante quando se examina o modo como a IA é aplicada nas rotinas jornalísticas.

O estudo evidencia que a tecnologia está presente principalmente em quatro frentes: (1) otimização de processos e qualidade do conteúdo; (2) produção de conteúdo, desde a geração de pautas até a revisão textual; (3) distribuição de notícias, por meio da automação e personalização; e (4) operações comerciais, especialmente no monitoramento de audiência. No entanto, um dado chama maior atenção: 27,2% dos jornalistas utilizam IA especificamente na apuração, apoiando-se na coleta e análise de dados, verificação de informações, tradução e edição.

Embora a IA represente ganho de eficiência, sua introdução nas rotinas produtivas modifica tanto a lógica quanto o ritmo da apuração. Sobral e Sousa (2020) observam que verificar fatos em ambientes digitais tornou-se mais oneroso, pois a automação aumenta a velocidade de circulação da desinformação. Silva e Soares (2020) reforçam que o repórter passa a competir com boatos que parecem plausíveis e que, muitas vezes, viralizam antes da checagem. Nessa conjuntura, o uso da IA pode auxiliar análises complexas e rastreamento de dados, mas também pode normalizar uma apuração superficial, mais dependente de resultados algorítmicos do que do trabalho investigativo. Portanto, o desafio contemporâneo não é apenas adotar tecnologia, mas garantir que ela não substitua os protocolos verificativos historicamente construídos pelo jornalismo.

Esse aspecto sinaliza um risco estratégico para a credibilidade jornalística. Sistemas como o ChatGPT - amplamente utilizados por jornalistas de forma intuitiva - operam por meio de modelos probabilísticos baseados na arquitetura *Transformer*, que selecionam as próximas palavras mais prováveis de acordo com padrões detectados em grandes volumes de dados (Vaswani et al., 2017). Assim, tais sistemas não compreendem o conteúdo que produzem, mas apenas reproduzem estruturas linguísticas estatisticamente coerentes (Bender et al., 2021). Como consequência, não há garantia de factualidade, o que torna essencial a checagem humana, especialmente em contextos jornalísticos, nos quais a veracidade é pressuposto ético e social (Floridi, 2019). Quando falta formação técnica para compreender

essas limitações, ampliam-se as chances de que erros, viés algorítmico ou informações imprecisas sejam incorporadas ao conteúdo jornalístico. Dessa forma, o que deveria fortalecer a apuração pode, paradoxalmente, comprometer o rigor informativo e fragilizar ainda mais um campo já marcado por crises de confiança na última década.

O Relatório de Mídia Digital do Reuters Institute (2024) confirma a delicadeza dessa relação com o público: 43% dos brasileiros não confiam nas notícias, e 47% afirmam evitar consumir conteúdo jornalístico. Se a utilização de IA ocorrer sem critérios éticos e metodológicos sólidos, o risco é potencializar essa desconfiança social, reforçando discursos que colocam em xeque a autonomia do jornalismo e sua função social. Nesse sentido, Lima (2025) destaca:

”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.”

A autora afirma que a IA pode reafirmar o valor da profissão, desde que adotada com transparência, formação técnica e orientação ética. Portanto, o uso da inteligência artificial nas redações brasileiras atravessa um momento decisivo. Se empregada de maneira crítica e responsável, pode funcionar como aliada poderosa na recuperação da credibilidade e na qualificação do trabalho investigativo. Porém, quando utilizada sem treinamento, sem verificação e sem supervisão editorial, a IA corre o risco de se transformar em mais uma engrenagem produtora de ruído informacional, contribuindo para o enfraquecimento do jornalismo enquanto instituição que sustenta a democracia e o direito à informação.

Estudos recentes demonstram que a tecnologia está transformando todo o fluxo de produção jornalística - da apuração à distribuição dos conteúdos. Segundo a pesquisa global *Generating Change: A global survey of what news organisations are doing with AI* (Polis/LSE, 2023)³, 105 organizações jornalísticas de 46 países foram consultadas sobre como

³Disponível em: <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>

integram IA ao seu trabalho, representando não apenas países do Norte Global, mas também América Latina, África Subsaariana e Ásia Pacífico. O relatório destaca que a IA está presente em todas as etapas do jornalismo contemporâneo - apuração, produção e distribuição. Ferramentas de processamento de linguagem natural (NLP) auxiliam na verificação factual, no monitoramento de redes sociais, na busca reversa de imagens e na análise de tendências de desinformação. Já os sistemas generativos, como ChatGPT, vêm sendo testados para produção de títulos, resumos, roteiros, traduções, newsletters, além do auxílio na escrita de código e no tratamento de dados.

Além das questões técnicas, é necessário considerar o poder algorítmico que atravessa o trabalho jornalístico. A dependência de modelos proprietários - muitas vezes opacos quanto às bases de dados utilizadas - gera riscos de vigilância, viés estrutural e vulnerabilidade profissional. Organismos internacionais, como a Unesco (2023) e a European Broadcasting Union (Ebu, 2022), têm defendido diretrizes éticas que exigem transparência, supervisão humana contínua e documentação de decisões algorítmicas, especialmente em atividades de apuração. No Brasil, não há regulamentação específica voltada ao jornalismo, o que amplia a responsabilidade das redações em adotar políticas internas para mitigar riscos, preservando a autonomia editorial e a liberdade de imprensa diante de tecnologias que podem influenciar diretamente a construção da realidade pública.

Mais de 90% dos participantes afirmaram utilizar IA na distribuição de notícias e 85% já experimentaram IA generativa, ainda que com graus variados de aplicação. Há casos avançados, como redações que automatizam a criação de textos financeiros, e outros em estágio experimental, como pequenos veículos que ainda testam ferramentas isoladas sem integração plena aos fluxos de trabalho. Há também relatos de criação de novos papéis profissionais dentro das redações - como engenheiros de prompts, analistas de dados e tecnólogos de notícias - além da atualização das competências exigidas para jornalistas em formação. O estudo evidencia que, ao mesmo tempo em que entrega eficiência, a IA ainda demanda forte supervisão humana. dois dos principais desafios observados foram: Alucinações e erros factuais dos modelos generativos, riscos editoriais e organizacionais, como desalinhamento com critérios éticos.

O relatório aponta ainda que apenas um terço ($\frac{1}{3}$) das organizações possui uma estratégia formal de IA. Se, por um lado, a IA promete dar mais tempo para que repórteres se dediquem ao que é mais humano no jornalismo - investigação, apuração em campo, análise

crítica - por outro, os riscos se ampliam. Em síntese, o estudo reforça que a IA não deve ser vista como ameaça ou solução absoluta. Ela é uma tecnologia de apoio, sujeita a limitações e que só gera impacto positivo quando integrada a um projeto editorial sólido, guiado pela ética, pelo interesse público e pela supervisão humana.

5. METODOLOGIA - ESTUDO DE CASO

Nesta pesquisa, adota-se como metodologia o estudo de caso, entendido como uma estratégia que permite investigar fenômenos contemporâneos dentro de seu contexto real (Yin, 2015). O estudo de caso possibilita observar como eventos específicos revelam aspectos mais amplos de determinado problema social (Merriam, 2009). Assim, classifica-se este estudo como instrumental, conforme tipologia proposta por Stake (1995), uma vez que o objetivo não é apenas analisar o episódio em si, mas compreender suas implicações para o jornalismo diante do uso de inteligência artificial no processo de apuração.

Trata-se de um estudo de caso único, com abordagem qualitativa e design holístico, pois a análise concentra-se em um fenômeno bem delimitado: a circulação, recepção e correção da imagem gerada por IA do Papa Francisco vestindo uma jaqueta branca “puffer”, amplamente viralizada em março de 2023. A escolha desse caso se justifica por representar uma situação em que não houve intenção fraudulenta, mas em que a ausência de verificação jornalística contribuiu para a disseminação de uma informação enganosa, o que evidencia fragilidades no processo de apuração quando a IA generativa está envolvida.

A coleta de dados inclui: (1) o rastreamento da foto original e sua autoria; (2) identificação da primeira publicação e dos depoimentos do artista responsável; (3) análise de matérias jornalísticas que divulgaram o conteúdo antes e após a correção; e (4) exame de reações e impactos na esfera pública. Para tratamento e interpretação dos materiais coletados, aplica-se a análise de conteúdo (Bardin, 2016), permitindo identificar padrões narrativos, omissões e enquadramentos jornalísticos relacionados à verificação da imagem.

6. CASO, ANÁLISE E RESULTADOS: O PAPA E A JAQUETA PUFFER

6.1. Introdução ao caso

Os Avanços tecnológicos vivenciados pelo jornalismo nas últimas décadas têm impactado diretamente os critérios de verificação e a credibilidade das notícias. Entre esses avanços, a ascensão da inteligência artificial generativa, introduziu um cenário no qual a distinção entre documental e sintético torna-se cada vez mais desafiadora (Santaella, 2020). Assim, conteúdos produzidos por modelos como o MidJourney ou o DALL-E alcançam níveis de realismo capazes de comprometer a tradicional associação entre fotografia e prova do real, historicamente sustentada pelo jornalismo como mecanismo de validação empírica dos fatos (Barthes, 1984; Kossoy, 2001).

Nesse contexto, a circulação da imagem do Papa Francisco utilizando uma jaqueta “puffer” branca, criada por IA e viralizada globalmente em março de 2023 (Figura 1), constitui um episódio notável para investigar as fragilidades da apuração jornalística na era da desinformação algorítmica.

FIGURA 1 - Imagem sintética do Papa Francisco gerada por IA.



A imagem foi produzida pelo artista digital Pablo Xavier e publicada inicialmente em um fórum da internet como experimento criativo, sem qualquer intenção de enganar o público ou se passar por registro jornalístico (Wolf, 2023). Contudo, ao ser gradualmente deslocada para perfis de moda, entretenimento e, por fim, veículos de mídia, a fotografia passou a ser consumida e reproduzida como verdadeira por milhões de usuários, sem o uso de mecanismos tradicionais de checagem.

A escolha deste caso se justifica pela natureza não maliciosa de sua origem: trata-se de um exemplo emblemático em que o problema não foi a criação da imagem, mas a falta de apuração jornalística no processo de replicação da informação, o que evidencia que os riscos associados à IA não se limitam a fraudes intencionais, mas também à precarização das rotinas profissionais (Soares, 2020). Assim, este estudo de caso pretende analisar detalhadamente as etapas de difusão, enquadramento midiático e correção da informação, afim de compreender como a falta de protocolos específicos frente às tecnologias de IA pode repercutir diretamente na credibilidade do jornalismo, reforçando a necessidade de atualização ética, técnica e metodológica das práticas de apuração. Bem como erros editoriais, somados à lógica de aceleração e viralização típica das plataformas digitais, podem amplificar desinformações com grande impacto social e simbólico (Marques *et al.*, 2021). Dentro desse contexto, analisemos *à priori*, as implicações da fotografia na construção de sentido da realidade.

6.2. A fotografia como prova e a ruptura tecnológica da veracidade

Desde seu surgimento no século XIX, a fotografia se consolidou como um instrumento de validação do real, atribuindo ao jornalismo uma materialidade visual capaz de sustentar sua função social de testemunho (Kossoy, 2001). Sua crença pública repousa no pressuposto de que aquilo que está diante da lente foi captado tal como ocorreu no mundo, com mínima interferência humana. Esse imaginário da fotografia como “rastro da realidade” (Dubois, 1994) instituiu uma relação direta entre imagem e verdade, configurando o que Sontag (1981) descreve como poder documental ao mesmo tempo persuasivo e moralizante.

Contudo, a aprimoração das tecnologias digitais, da manipulação em softwares ao surgimento da inteligência artificial, provocou deslocamentos profundos nesse pacto entre imagem e verdade. Santaella (2020) denomina esse fenômeno de “pós-fotografia”, fase em que imagens deixam de ser simples registros para tornarem-se sínteses calculadas, resultantes de operações algorítmicas capazes de produzir cenas realistas sem que necessariamente sejam

concretas no mundo. A fotografia, assim, passa pouco a pouco a depender ainda mais da mediação técnica e da verificação contextual para ser considerada evidência confiável.

Essa transformação tensiona diretamente o jornalismo, cuja credibilidade repousa na apuração como método de garantia factual (Meyer, 2002). Se antes uma fotografia publicada por um veículo já carregava consigo presunção de veracidade, agora o processo de verificação visual deve incluir novos critérios técnicos, como análise de metadados, rastreamento de origem, mecanismos de detecção de IA e cruzamento com outras fontes verificáveis (Silva; Soares, 2020). A circulação de imagens sintéticas, portanto, instaura um regime informacional em que o “ver não significa crer”, e o jornalismo precisa adaptar seus protocolos para lidar com essa nova realidade midiática.

Além do aspecto tecnológico, há um fator estrutural: a circulação de imagens ocorre hoje sob lógica algorítmica, governada por plataformas que priorizam engajamento e viralização, não veracidade (Napoli, 2019). Assim, os fluxos de informação tornam-se cada vez mais independentes do jornalismo, empurrando os profissionais a reagirem a conteúdos que chegam já massificados e validados socialmente por meio de curtidas, compartilhamentos e comentários (Recuero, 2021). Nessa dinâmica, a apuração tende a ser atropelada pela velocidade exigida, para não perder a disputa por atenção. A consequência é o surgimento de um ambiente marcado por ambiguidade epistemológica : o público é exposto a conteúdos indistinguíveis entre verdadeiros e falsos, enquanto o jornalismo sofre pressão para acompanhar e, por vezes, legitimar narrativas que não passaram pela apuração profissional (Marques *et al.*, 2021). Floridi (2019) destaca que, em um mundo onde manipulações se tornam imperceptíveis, a ética da veracidade deixa de ser apenas um valor moral e passa a ser condição para sobrevivência das instituições informacionais.

No contexto das imagens sintéticas, o erro jornalístico não depende exclusivamente da ação humana: ele emerge da combinação entre limitações tecnológicas, pressões econômicas e fragilidade ética de modelos de negócios orientados por cliques. Esse cenário contribui para o enfraquecimento contínuo da confiança social nas notícias, em um ciclo no qual cada falha repercute mais rápido e mais intensamente, como demonstra o estudo do Reuters Institute (2024), que identifica o Brasil entre os países com menor confiança no jornalismo no Ocidente.

É nesse cenário de ruptura paradigmática que o caso da jaqueta puffer do Papa Francisco se torna particularmente significativo. Não se trata de um ataque coordenado ao jornalismo, mas de um episódio que escancara a necessidade de renovação, mostrando que a apuração não é apenas um procedimento técnico – é o fundamento que sustenta o contrato de verdade do jornalismo com a sociedade (Ward, 2005). Assim, compreender os impactos das *deepfakes* geradas com o auxílio de IA no processo de apuração jornalística. Prossigamos então, para a análise do caso, numa linha do tempo.

6.3. “Jaqueta Puffer do Papa”: Cronologia, Disseminação e Falhas de Apuração

6.3.1 O surgimento e a viralização da imagem

Em 24 de março de 2023, um artista digital identificado como Pablo Xavier postou, em um fórum da comunidade da ferramenta de geração de imagens por IA Midjourney, uma série de imagens retratando Papa Francisco usando uma jaqueta puffer branca no estilo urbano, incomum aos trajes habitualmente associados à figura papal (Aos Fatos)⁴. Nos dias seguintes, entre 25 a 27 de março, a imagem transpassou a comunidade digital e alcançou redes sociais mais amplas: Twitter, Instagram, Reddit e fóruns de humor e cultura pop, onde começou a ser compartilhada como se fosse uma fotografia verdadeira. A estética “urbana/chique” e o contraste com a imagem tradicional, autoritária e religiosa do Papa, favoreceram sua disseminação, funcionando como um *meme* e, ao mesmo tempo, como conteúdo de curiosidade (The Verge)⁵.

Rapidamente, a imagem ganhou repercussão: a reportagem de um veículo americano relata que a foto “viralizou em todo o mundo” no fim de semana, acumulando milhões de visualizações em pouco tempo (CBS News)⁶. Esse curto período entre a postagem original e a viralização demonstra como, na era da IA e das redes sociais, imagens sintéticas com aparência “realista o bastante”, unindo verossimilhança e plausibilidade, podem alcançar escala global antes que haja tempo para verificação, uma circunstância que desestabiliza os mecanismos tradicionais de apuração jornalística. Segue abaixo a linha do tempo:

- 24/03/2023 - Imagem criada e publicada no Reddit por Pablo Xavier;

⁴ <https://www.aosfatos.org/noticias/falso-foto-papa-francisco-jaqueta-branca/>

- 25-27/03/2023 - Viralização global nas redes sociais; veículos, celebridades e influenciadores disseminam a imagem como se fosse real;
- 27/03/2023 - A agência de verificação Reuters Fact Check rastreou a origem da imagem e denunciam que foi gerada com IA; 28/03/2023 - Artista Pablo Xavier concede entrevista ao BuzzFeed News, onde esclareceu que o intuito da criação da imagem não era enganar. A entrevista foi repercutida por sites brasileiros como o portal de entretenimento da UOL/HugoGloss.

6.3.2 Replicação sem verificação

Em 26 e 27 de março de 2023, diversos sites de cultura pop, moda e inclusive alguns veículos de mídia tomaram a imagem como real e publicaram matérias apresentando-a como “novo visual do Papa”. Esses textos frequentemente acompanhavam a foto com comentários elogiando o “estilo” e o “fashionismo” do pontífice, sem qualquer alerta sobre sua procedência ou verificação da autoria. A estética plausível e visualmente atraente parece ter sido suficiente para legitimar o conteúdo (StartSe Platform)⁷.

Esse padrão de publicação evidencia uma falha grave de rotina jornalística: a adoção da imagem como fato sem checagem de origem, sem busca por fontes primárias, sem verificação de metadados ou confirmação junto ao Vaticano - todos procedimentos clássicos de apuração visual e documental. A pressa pela novidade, o apelo à viralidade e a lógica de “conteúdo rápido” suprimiram o compromisso com o rigor informativo.

6.3.3 A correção editorial

Em 28 de março de 2023, organizações de fact-checking internacional, como Reuters Fact Check, publicaram relatórios confirmando que a imagem havia sido gerada por IA e não se tratava de fotografia real. A nota explicou a origem no Midjourney, identificou o autor, e descreveu os indícios de manipulação presentes na imagem - como distorções anatômicas e inconsistências visuais típicas de renderização por IA (Reuters)⁸. A partir desse momento, inúmeras matérias corrigiram o erro ou publicaram alertas de que a foto era uma *deepfake*

⁵ <https://www.theverge.com/2023/3/27/23657927/ai-pope-image-fake-midjourney-computer-generated-aesthetic>

⁶ <https://www.cbsnews.com/news/pope-francis-puffer-jacket-fake-photos-deepfake-power-peril-of-ai/>

criada por IA. Veículos de grande repercussão, como CBS News e The Verge, publicaram artigos explicativos sobre o caso, levantando a discussão sobre os riscos da IA generativa para o jornalismo e para a confiança nas imagens. (CBS News[3])

Também plataformas nacionais brasileiras repercutiram o caso, contextualizando para o público local. Por exemplo, reportagem da CNN Brasil explicou que a imagem era falsa, detalhou a ferramenta usada e alertou sobre o risco de compartilhar sem checagem (CNN Brasil)⁹. Esse conjunto de checagens, no entanto, ocorreu apenas dias após a imagem já ter se espalhado amplamente, o que demonstra a limitação dos mecanismos de correção em face da velocidade da disseminação digital.

6.3.4 Principais erros de apuração identificados

A análise da trajetória da imagem permite identificar uma série de falhas de apuração fundamentais para a reflexão proposta nesta monografia:

- Ausência de verificação da origem visual: nenhum dos veículos que publicaram inicialmente a foto buscou rastrear a fonte original, verificar metadados ou contatar o Vaticano para confirmar a veracidade. Isso revela negligência na checagem de material visual e dependência da aparência estética.
- Confiança excessiva na plausibilidade: a imagem explorava elementos cinematográficos/fashionistas (jaqueta estilosa, pose, cenários urbanos) que se encaixavam em estéticas reconhecíveis, o que reforçou sua aceitação imediata. Esse viés atesta a premissa teórica de que verossimilhança associada a plausibilidade pode induzir ao erro.
- Pressa pela viralização e lógica do “clique fácil”: a divulgação priorizou o impacto midiático e o alcance de audiência, em detrimento do compromisso com a verificação.
- Falta de critérios institucionais ou normativos: não foram seguidas ou sequer

⁶ <https://www.startse.com/artigos/papa-francisco-inteligencia-artificial/>

⁷ <https://www.reuters.com/article/fact-check/portugues/foto-do-papa-francisco-com-jaqueta-puffer-branca-foi-cria-da-por-inteligencia-art-idUSL6N3600FA/>

⁹ <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/papa-francisco-saiba-como-a-fake-news-da-jaqueta-feita-por-ia-surgiu/>

contempladas políticas editoriais de verificação de imagens sintéticas ou geradas por IA. O que ressalta a ausência de protocolos adaptados à nova realidade tecnológica.

- Esses erros não são apenas técnicos, são estruturais, evidenciando uma fragilidade institucional no jornalismo atual, que conflita com a necessidade de verificação rigorosa defendida por teóricos da apuração como Philip Meyer (2002) e Gaye Tuchman (1983).

6.3.5 impactos simbólico , sociais e de credibilidade

O caso da jaqueta puffer do Papa Francisco vai além de uma “brincadeira visual”. Ele expõe tensões profundas na relação entre mídia, tecnologia e público com impactos significativos, dentre eles: A apuração agora enfrenta desafios inéditos. num momento em que cresce a percepção de que “qualquer imagem pode ser falsa”, a credibilidade do jornalismo visual é abalada, reforçando a crise de confiança já documentada em estudos sobre desinformação (Marques *et al.*, 2021). A correção tardia pode não alcançar todos os públicos ou não neutralizar os efeitos simbólicos da falsa imagem.

Se uma imagem com aparência plausível e interesse midiático pode ser publicada sem verificação, o padrão institucional se ajusta a essa fragilidade, abrindo caminho para erros mais graves, inclusive manipulação com fins políticos, sensacionalismo ou propaganda. o caso sensibiliza para a necessidade de treinamento adequado frente aos novos desafios, visto que a fragilidade das práticas de apuração jornalística, quando combinadas com *deepfakes* geradas com o auxílio de IA, acabam por ser mais um agente a propagá-las.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conjunto das análises realizadas permite concluir que a utilização de inteligência artificial na produção de deepfakes intensifica vulnerabilidades já presentes no ecossistema jornalístico, especialmente em um contexto marcado pela superlotação informacional, pela aceleração das rotinas produtivas e pelo desgaste da confiança pública. Verificou-se que o elevado grau de verossimilhança proporcionado pelas tecnologias generativas amplia as dificuldades de identificação de conteúdos sintéticos, fragilizando o processo de apuração e comprometendo a credibilidade das notícias.

O estudo de caso da imagem sintética do Papa Francisco evidenciou falhas expressivas de verificação, demonstrando que a ausência de protocolos específicos para avaliar materiais produzidos por ferramentas de inteligência artificial contribui diretamente para a circulação de desinformação. Observou-se, ainda, que a incorporação dessas ferramentas, associada à pressão por rapidez no ciclo noticioso, aumenta o risco de erros e aprofunda a desinformação algorítmica no jornalismo. Nesse sentido, a adoção de práticas responsáveis de uso da inteligência artificial, fundamentadas em literacias digitais, formação técnica e rigor metodológico, mostra-se essencial para o fortalecimento da confiabilidade da produção jornalística.

Conclui-se, portanto, que o desenvolvimento e a implementação de protocolos de verificação voltados para conteúdos sintéticos são fundamentais para aprimorar a apuração, reduzir vulnerabilidades e preservar o papel social do jornalismo na defesa do interesse público e do direito à informação. Assim, apenas uma integração crítica, ética e consciente dessas tecnologias permitirá ao jornalismo assegurar sua missão social e reafirmar-se como mediador confiável da verdade factual em uma sociedade crescentemente permeada por algoritmos.

8. BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

ARENDT, Hannah. **Understanding and Politics**. *Partisan Review*, v. 20, n. 4, p. 377–392, 1954.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENDER, Emily *et al.* **On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?** In: *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*. New York: ACM, 2021.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CHESNEY, Robert; CITRON, Danielle. **Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security**. *California Law Review*, v. 107, p. 1753–1819, 2019.

ECO, Umberto. **Seis passeios pelos bosques da ficção**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

ESPM; JORNALISTAS & CIA. **A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros**. São Paulo, 2024. Disponível em: [\(https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/\)](https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/)(<https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/>). Acesso em: 16/10/2025.

FLORIDI, Luciano. **The Logic of Information: a theory of philosophy as conceptual design**. Oxford: Oxford University Press, 2019.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

Generating Change: **A global survey of what news organisations are doing with AI**. London: LSE/Polis, 2023. Disponível em: [\[https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change\]](https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change)(<https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>). Acesso em: 16/10/25.

- HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2018.
- KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload**. Nova York: Bloomsbury, 2014.
- KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 4. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2014.
- LIMA, Livia. **Entre a automação e a crise do jornalismo: uso de Inteligência Artificial generativa na produção de notícias**. 2025.
- NICHOLS, Tom. **The Death of Expertise**. New York: Oxford University Press, 2017.
- PARISER, Eli. **The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You**. New York: Penguin Press, 2011.
- REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2024**. Oxford: University of Oxford, 2024.
- SANTAELLA, Lúcia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.
- SILVA, Maria Clara. **Infância conectada: impactos da exposição precoce às telas**. *Revista Brasileira de Educação*, v. 28, n. 2, p. 57–73, 2023.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- SUNSTEIN, Cass R. **Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media**. Princeton: Princeton University Press, 2018.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.
- TUCHMAN, Gaye. **Making News: A Study in the Construction of Reality**. New York: The Free Press, 1978.

UNICEF. **Crescendo na era digital: uso de telas e desenvolvimento infantil no Brasil**. Brasília: Fundo das Nações Unidas para a Infância, 2022.

VASWANI, Ashish *et al.* **Attention Is All You Need**. In: *Advances in Neural Information Processing Systems*. Red Hook: Curran Associates, 2017.

VIEIRA, Adriana; CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2013.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WHITE, David M. **The ‘Gatekeeper’: A Case Study in the Selection of News**. *Journalism Quarterly*, v. 27, n. 4, p. 383–390, 1950.

WINNER, Langdon. **A baleia e o reator: uma busca pelos limites da tecnologia**. São Paulo: Editora Unesp, 2017