

## “Plataformização no jornalismo: como as ferramentas de Inteligência Artificial têm influenciado a produção das notícias”<sup>1</sup>

Nadiégida Batista de SOUSA<sup>2</sup>  
Marcia Perencin TONDATO<sup>3</sup>  
ESPM, São Paulo, SP

### RESUMO

Este trabalho tem como objetivo compreender como a Inteligência Artificial Generativa (GenAI) vem transformando o processo de produção de alguns veículos de comunicação no Brasil. Para isso, foi feita uma análise de conteúdo de duas portais de uso de ferramentas de IA, dos portais *Estadão* e *Núcleo*. O estudo é apenas uma reflexão sobre como conceitos de plataformização e midiatização estão inseridos na distribuição de conteúdo jornalístico.

**PALAVRAS-CHAVE:** plataformização no jornalismo; GenAI; análise de conteúdo; Inteligência Artificial.

### INTRODUÇÃO

Uma das maiores características da internet é o poder da comunicação por meio de tecnologias que, de certa maneira, são simples de usar. Atualmente, muitas pessoas têm um celular ou um computador com acesso à internet. Não é necessário ser um especialista e nem ter muito dinheiro para possuir um telefone inteligente ou um notebook. Para Ramonet (2015), a maneira como a sociedade consome cultura nos dias de hoje é muito pautada pela acesso de uma geração à rede digital e mais: a falta dela pode trazer grandes consequências.

Ferrari (2010) conta, que no Brasil, o primeiro site jornalístico foi o saudoso *Jornal do Brasil*, em 1995. Logo após, *O Globo* e a *Agência Estado* também lançaram suas páginas. Inclusive, ela explica que foram esses grandes conglomerados de comunicação no país que deram escala comercial e editorial para a internet brasileira que entre anos de 1999 e 2000, quando houve esse boom mercadológico alguns portais brasileiros tiveram aporte financeiro de investidores estrangeiros, entre eles, o projeto IG, que foi lançado em janeiro de 2000.

Nota-se que partir do século XXI temos uma mudança significativa no jornalismo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, 24º Encontro dos Grupos de Pesquisa da Intercom, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do PPGCom ESPM-SP, bolsista Prosup taxa (CAPES) - email: [nadiegida.sousa@acad.espm.br](mailto:nadiegida.sousa@acad.espm.br)

<sup>3</sup> Docente titular do PPGCOM – ESPM- SP, email: [mtondato@espm.br](mailto:mtondato@espm.br)

---

com o advento da internet. Para Figaro *at al.* (2022) é nesse época que surge uma lógica de produção de conteúdo que traz a desprofissionalização do jornalista. Ela também argumenta que a lógica de otimização das plataformas on-line contribuiu para o nascimento de uma escrita vinculada aos motores de busca, visando impulsionar a publicidade programática.

Após toda essa mudança, em que fizemos um contexto de evolução da tecnologia digital no jornalismo, temos agora o ChatGPT, lançado em 30 de novembro de 2022. Uma das principais ferramentas fundamentada na arquitetura GPT, de Inteligência Artificial Generativa (GenAI ou IAG). Santaella (2023, p.20) explica que “as letras GPT significam (*Generative Pre-Trained Transformer*, Transformador Pré-treinado Generativo)”. Ela diz que graças aos Transformers<sup>4</sup> é que os modelos de linguagem puderam criar “as IAGs de imagens e IAGs de textos”. (Santaella, 2023, p.18)

De acordo com o relatório JournalismAI da LSE, um projeto da *London School of Economics and Political Science*, apoiado pela *Google News Initiative*<sup>5</sup>, publicado em 2023, as organizações têm utilizado aplicações de GenAI em todos os estágios de criação de notícias, desde a ideação até a distribuição. No Brasil e, em outros países, ainda não há uma legislação sobre o uso da GenAI no jornalismo. No final do ano passado, 26 organizações, incluindo o Grupo de Diários América (GDA), do qual o grupo Globo faz parte, se uniram para lançar o documento “Princípios Globais para a Inteligência Artificial”<sup>6</sup>. Segundo o documento, a intenção é fomentar a discussão em relação à regulamentação de sistemas e aplicativos de IA.

Desse modo, este artigo escolheu dois meios de comunicação do Brasil – Estadão e Núcleo – que são pioneiros na divulgação das suas políticas de uso de inteligência artificial. Apesar de terem linhas editoriais bem diferentes, estão à frente da discussão sobre regulamentação da GenAI, aplicada em práticas do jornalismo. Nesse aspecto, foi feita uma reflexão sobre essas diretrizes direcionadas às ferramentas de GenAI, aplicadas em rotinas de produção de notícias.

## **METODOLOGIA**

Este estudo tem um caráter qualitativo e utiliza os princípios da Análise de Conteúdo

---

<sup>4</sup> Os Transformers são um tipo de aprendizado de máquina que possibilitou o treinamento de modelos em grande escala.

<sup>5</sup> Disponível em: < <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>>. Acesso em 26 de jun, 2024

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://www.newsmediaalliance.org/global-principles-on-artificial-intelligence-ai/>>. Acesso em 26 de jun, 2024

(AC) para explorar e refletir sobre como os meios de comunicação no Brasil estão articulando as primeiras diretrizes para o uso de ferramentas de tecnologia de Inteligência Artificial.

Para Bauer (2002, p.185), a análise de conteúdo (AC) é “desenvolvida dentro das ciências sociais empíricas”. Ele explica que a atenção deve ser dada aos “tipos”, “qualidades” e “distinções” do texto. Assim, o autor diz que a AC irá interpretar o contexto social, mas certamente de uma maneira mais objetiva. Bauer (2002, p.188), ainda explica que “a validade da AC deve ser julgada não contra uma “leitura verdadeira” do texto, mas em termos de sua fundamentação nos materiais pesquisados e sua congruência com a teoria do pesquisador, e à luz de seu objetivo de pesquisa”.

Já Bonin (2016), explica que devido à comunicação digital, no contexto contemporâneo da midiatização, se faz necessário a problematização teórica sobre as apropriações midiáticas para o entendimento da participação e das atividades do sujeito perante esses processos. Sendo assim, a autora diz que o caráter constitutivo das plataformas digitais são dimensões consideráveis, a partir da leitura desses produtos midiáticos que produzem atividades para os públicos.

Para a análise foram escolhidas as políticas de uso de Inteligência Artificial dos portais *Estadão*<sup>7</sup> e *Núcleo*<sup>8</sup>. Como recortes de análise foram elencados dois indicadores:

- I. Preocupações com as lógicas de produção de conteúdo editorial;
- II. Preocupações com a propriedade intelectual do conteúdo e plágios.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em entrevista para o portal do Digilabour<sup>9</sup>, Van Dijck (2019) explica que a dataficação e a mercantilização são frutos do neoliberalismo constituído do capitalismo americano. Para ela, a problematização acerca disso se dá pela questão de como esses dados gerados por meio do processo algoritmo são utilizados, já que quando transformados em mercadorias carregam processos sociais e econômicos, mas que estão ocultos aos olhos do cidadão. “Os dados não estão abertos ao controle democrático”. (Digilabour, 2019)

Dijck (2019) ainda discute como esse crescimento constante de plataformas tem influenciado e modificado a distribuição de notícias, o que afeta consideravelmente as

<sup>7</sup> Política do Estadão: <https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/>. Acesso em 26 de jun, 2024

<sup>8</sup> Política do Núcleo: <https://nucleo.jor.br/politica-ia/>. Acesso em 26 de jun, 2024

<sup>9</sup> Disponível em: <https://digilabour.com.br/pt/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acesso em 26 de jun, 2024

dimensões econômicas e tecnológicas do jornalismo. Couldry (2015) e Gillespie (2010) também citam que o conceito de plataforma, conectado ao discurso de Web 2.0, compartilhado pela mídia, já tinha um objetivo econômico: atrair novos usuários para essas plataformas. Para entender essa problematização, o grupo de pesquisa “Tecnologias, Processos e Narrativas Midiáticas da ESPM-SP, em parceria com o boletim Jornalistas&Cia, realizou a pesquisa “Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”<sup>10</sup>. Entre os dados mais alarmantes estão a falta de treinamento para o uso das ferramentas de GenAI, além das preocupações com os cortes de postos de trabalho devido à tecnologia.

## ANÁLISE

### Política de uso de ferramentas de GenAI – Estadão

O Grupo Estado<sup>11</sup> lançou no final do ano passado, em 22 de novembro de 2023, sua política de uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) para o uso das redações (*Broadcast, E-Investidor e Estadão.com*). O jornal e o portal de notícias do Grupo é referência no jornalismo. A estruturação foi feita levando em consideração quatro condutas: 1-) apresentação; 2-) diretrizes gerais; 3-) diretrizes específicas; 4-) Do Comitê de IA.

#### I. Preocupações com lógicas de produção de conteúdo editorial

Analisando as diretrizes, as instruções sobre o processo de produção estão em sua maioria nas diretrizes 2 e 3 – esta última com mais detalhes. Apesar de trazer apontamentos sobre o que não pode ser feito, o documento deixa claro que o Estadão está produzindo conteúdo com e sem a revisão humana. Nos casos em que não há a revisão humana, é preciso que haja uma homologação do Comitê – dando um tom mais jurídico para o enunciado. Há também a menção do uso da ferramenta de IA para sugerir títulos e chamadas, com a preocupação de otimização de SEO no conteúdo. Para produção de roteiro de perguntas de entrevistas e ferramenta de busca, são feitas “recomendações”, mas não há proibições.

#### II. Preocupações com a propriedade intelectual do conteúdo e plágios

A palavra plágio não é citada em nenhuma das diretrizes. Quando citada as palavras direitos autorais, as preocupações são mais direcionadas a terceiros: no caso de geração de imagens, ilustrações e vídeos, que inclusive é vetado o uso dessas ferramentas; no caso de o

<sup>10</sup> Disponível em < <https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/> > . Acesso em 13 de jun, 2024

<sup>11</sup> Disponível em: < <https://bluestudio.estadao.com.br/wp-content/uploads/2023/12/NOVO-MIDIA-KIT-ESTADAO-2024.pptx.pdf> > . Acesso em 28 de jun, 2024

---

jornalista não poder compartilhar conteúdo de propriedade intelectual do próprio Grupo Estadão; e no caso que haja a criação de conteúdo sem revisão humana, que somente será permitido após a homologação do Comitê. Não há nenhuma diretriz sobre o conteúdo produzido pelo jornalista e compartilhado nas redes sociais do Estadão, em produtos de branded content para plataformas de terceiros ou em newsletter.

### **Política de uso de ferramentas de GenAI - Núcleo**

O portal *Núcleo*<sup>12</sup> lançou a sua política de uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) no começo do ano passado, em 18 de maio de 2023. A sua cobertura é focada em tecnologia, inteligência artificial, políticas públicas e debate político.

### **III. Preocupações com a propriedade intelectual do conteúdo e plágios**

Com uma linguagem mais informal, o portal *Núcleo* separa as orientações com os dizeres: poderemos e nunca. Já trazendo uma um tom direito como certo e errado. Eles têm uma preocupação em todo momento de deixar claro que o seu conteúdo é produzido por humanos, e que as ferramentas são mais direcionadas para estratégias de redes sociais, pesquisas, transcrição de áudios e vídeos. Não há muitas explicações, são sempre frases curtas, mas bem direcionadas. Inclusive, a política deixa visível que nunca usaram textos produzidos completamente por ferramentas de IA e no caso ilustrações ponderam que somente em casos excepcionais, com preferência para trabalhos de designers. Em relação a área de produtos e bots, há uma abertura maior para o uso das ferramentas, tais como em sumários, desenvolvimento de software e debug de códigos, automação pontuais, utilização para produção de conteúdo de terceiros, com a prévia autorização. Eles dizem que para o uso de produção de códigos, nunca será usado sem checagem de efeitos.

### **IV. Preocupações com a propriedade intelectual do conteúdo e plágios**

Não há menções sobre preocupações com o compartilhamento intelectual de conteúdo ou de plágios. O documento não tem qualquer menção ou orientação sobre o compartilhamento de conteúdo proprietário nas ferramentas de IA, como muitas pessoas fazem para revisão ou melhoramento da escrita. Também não há preocupações direcionados com o conteúdo desenvolvido pelo veículo, já que é compartilhado em redes sociais e podem ser usados em treinamentos de ferramentas de IA.

---

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://nucleo.jor.br/impacto/>>. Acesso em 28 de jun, 2024.

---

## CONCLUSÃO

As políticas de uso de ferramentas de IA são um grande avanço levando em consideração que o uso da tecnologia ainda é muito recente e muitos grupos de comunicação estão em fases de testes e se familiarizando com as possibilidades e restrições. Além disso, no Brasil não há legislação, o que gera muitas incertezas. No caso do *Estadão*, notamos que o Grupo já tem um direcionamento para o uso das ferramentas, mas com apontamentos claros que a responsabilidade final é sempre do jornalista. O tom do documento também tem um teor jurídico e em suas diretrizes têm todo um detalhamento. Mas não há preocupações em relação de como as ferramentas de IA podem ser treinadas a partir do seu conteúdo, que fica disponível por meio dos navegadores e redes sociais. Já no caso do *Núcleo* há uma preocupação visível com a sustentabilidade da profissão, com preocupações em relação a legitimidade do profissional em relação à produção de conteúdo e o seu papel de checagem dos fatos. Mas suas diretrizes não têm detalhamentos, o tom é mais direto e informal. Outro ponto relevante, é a falta de clareza em relação às preocupações com a propriedade intelectual do conteúdo, também ao compartilhamento e treinamento do seu conteúdo em ferramentas de IA. Nesses dois recortes do estudo, em que conta com um veículo de comunicação mais tradicional e outro considerado como nova mídia, verificamos que a plataformação está presente em suas diretrizes, para criação de produtos e serviços.

### Referências bibliográficas

SERRANO, Pascual; RAMONET, Ignacio; MORAES, Dênis. **Mídia, Poder e Contrapoder**. 1. ed. Boitempo Editorial, 2013.

VASSALLO, Maria Immacolata; MOURA, Cláudia; (orgs). **Pesquisa em Comunicação. Metodologias e Práticas Acadêmicas**. Porto Alegre: EdiPucRS, 2016.

GROHMANN, Rafael. **Revista Fronteiras – Estudos Midiáticos. Plataformação**. Vol.22. nº1. Jan/abr. 2020

FÍGARO, Roseli; MARQUES, Ana Flávia; PATRÍCIO, Edgard (org). **Transformações no mundo do trabalho do jornalismo**. São Paulo: Insular, 2022.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 4.ed. São Paulo: Pontes, 2010.

BAUER, Martin; GASKELL, George. **Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som**. 2.ed. São Paulo: Vozes, 2002.

SANTAELLA, Lucia. **Há como deter a invasão do ChatGPT?**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023.