

O uso da Inteligência Artificial Generativa para estruturação de pautas jornalísticas: um estudo exploratório de apuração em sala de aula¹

Soraya Venegas Ferreira²
Universidade Estácio de Sá

Resumo

Em um cenário de rápidas e profundas transformações digitais, a atividade jornalística enfrenta desafios que colocam em xeque a ética profissional, os tradicionais critérios de noticiabilidade, a originalidade de angulações e, por vezes, até a confiabilidade das informações em função de uma produção noticiosa cada vez mais ágil. Este artigo mostra uma atividade exploratória envolvendo o uso de ferramentas de Inteligência Artificial Generativa (IAGen) na produção de pautas no contexto da disciplina Técnicas de Apuração e Pesquisa Jornalística. A inserção da IAGen em sala de aula desmistificou seu uso fraudulento, reforçou a importância da inteligência humana e possibilitou percepções iniciais sobre os desafios e potencialidades de sua incorporação no jornalismo. A articulação entre teoria e prática ressaltou, ainda, a indispensabilidade de uma abordagem ética e crítica frente às mudanças no fazer jornalístico.

Palavra-chave: Teorias do Jornalismo; Preparação de Pautas; Inteligência Artificial Generativa, Técnicas de Apuração e Pesquisa Jornalística

Para começo de conversa: Profissionais precarizados em um jornalismo acelerado

Nas últimas décadas, o jornalismo tem passado por profundas transformações impulsionadas, entre outras coisas, pelo rápido avanço das tecnologias digitais, que têm impactado os processos de captação, produção e disseminação da informação, além de colocar em xeque as especificidades da profissão de jornalista. Esse novo cenário, marcado pela velocidade e pela convergência de mídias, desafia os modelos tradicionais de apuração, de seleção de conteúdos e de construção de notícias e de reportagens.

No início do século XXI, por exemplo, surgiu a figura do “jornalista sentado”, que, formataria textos de outros jornalistas e informações que não foram por ele coletadas. Nas palavras do professor Fábio Pereira, a expressão “jornalista sentado” “remete à noção inglesa de *processor*. O *journaliste assis* se contrapõe ao *journaliste debout* ou o ‘jornalista de pé’ que se dedica à coleta de informações por meio do contato direto com as fontes” (PEREIRA, 2004: 96). Já o fenômeno de “empacotamento” é descrito por Alex Primo e outros autores como “recepção de um material produzido, na maioria das vezes,

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ), Estágio Pós-Doutoral em Teorias do Jornalismo (UFF), professora titular da Universidade Estácio de Sá, onde integra, como bolsista, o Programa Pesquisa, Produtividade, Desenvolvimento Tecnológico e Extensão Inovadora. Email: sosovenegas@yahoo.com.br

por uma agência de notícias, que passaria pela mudança de título, abertura, alteração de alguns parágrafos, adição de foto ou vídeo etc” (PRIMO et.al, 2011: 270).

PEREIRA (2004) ressalta ainda que não foi o advento da Internet que introduziu o jornalismo estritamente ‘sentado’. Ele afirma que já existiam muitas funções internas nas redações e que a Rede apenas radicalizou esse tipo de produção que potencializa que as empresas jornalísticas mantenham seu sistema de alimentação de informações online em fluxo contínuo com quadro profissional reduzido. Nesse contexto de precarização profissional, assistimos, quase 20 anos depois das reflexões de PEREIRA, à incorporação das ferramentas de Inteligência Artificial Generativa (IAGen) às rotinas produtivas do jornalismo.

Sobretudo a partir de 2022, com a acelerada popularização do ChatGPT, da OpenIA³, a IAGen despontou como possibilidade de inovação e de agilização na feitura de pautas jornalísticas, prometendo ampliar o potencial criativo dos profissionais da comunicação. Parece fácil, rápido e extremamente promissor, mas cabe lembrar que os desafios éticos quanto à autoria e à confiabilidade são grandes e, especialmente relevantes, em um cenário de desordem informacional e de crescente polarização. Ao integrar algoritmos capazes de sugerir temas e de organizar dados, tais ferramentas demandam reavaliação dos critérios que orientavam o que seria considerado notícia, abrindo caminho para a adoção de parâmetros capazes de combinar relevância e eficácia, prometendo não ferir aos princípios da ética profissional.

Esse artigo se propõe a explorar criticamente os impactos resultantes do uso da IAGen na produção de pautas, com base tanto em referenciais teóricos consagrados como em uma experiência desenvolvida com os estudantes inscritos na disciplina Técnicas de Apuração e Pesquisa Jornalística, ministrada em 2025.1 na Universidade Estácio de Sá – campus Niterói. Para o experimento, realizado inicialmente em uma aula remota, foram usados o Microsoft Copilot e o Google Gemini.

Entre os objetivos discutidos com os estudantes, para além de aspectos técnicos da construção de comandos (*prompts*), estavam o de desmistificar o uso acadêmico das ferramentas de IAGen e de observar de maneira empírica a reconfiguração dos processos

³ Segundo a Forbes, o ChatGPT atingiu 100 milhões de usuários ativos mensais apenas dois meses após o seu lançamento, tornando-se o aplicativo de consumo de crescimento mais rápido da história. Em 2025, segundo matéria jornalística no Poder360, o ChatGPT conquistou 1 milhão de novos usuários em apenas uma hora em 31 de março de 2025. Esse aumento coincidiu com a viralização da trend em que usuários criavam imagens inspiradas no estilo das animações do Studio Ghibli, usando o gerador de imagens do ChatGPT

de apuração e checagem e a redefinição ou reafirmação dos parâmetros de relevância, atualidade, proximidade e interesse social, associados tradicionalmente aos critérios de noticiabilidade.

De qual “inteligência” estamos tratando

Inteligência é um conceito amplo, com variações significativas entre o senso comum e os resultados de pesquisas empreendidas nas mais diversas áreas do conhecimento. Consequentemente, há divergências entre autores, às vezes de campos semelhantes, sobre quais seriam os componentes básicos e as dinâmicas da inteligência. Para alguns, ela seria exclusivamente humana e, portanto, a expressão inteligência artificial já estaria equivocada em sua essência.

Jean Piaget e Lev Vygotsky, por exemplo, são teóricos clássicos quando se trata de pesquisa sobre o desenvolvimento cognitivo do ser humano e, consequentemente, sobre a inteligência. Para Piaget, “a inteligência é assimilação na medida em que incorpora nos seus quadros todo e qualquer dado da experiência” (PIAGET, apud TEIXEIRA e GHEDIN, 2022: 23). Na perspectiva do autor, a inteligência se manifesta em uma relação de interdependência entre o organismo e as coisas. Está relacionada com a capacidade de adaptação de um corpo ao meio em que está inserido sendo, portanto, uma capacidade individual de acomodação ao ambiente. Já Vygotsky acredita que “a fala tem um papel essencial na organização das funções psicológicas superiores” (VYGOTSKY, apud TEIXEIRA e GHEDIN, 2022: 23). Nenhuma das duas perspectivas parece adequada para ser associada à capacidade de processar rapidamente um grande volume de dados em linguagem natural (ou não) como ocorre com os computadores.

Em uma perspectiva relativamente simplista, apresentada pela coordenadora do EducaMídia, projeto de Educação Midiática, que entre outros temas, discute a relação entre algoritmos, desinformação e preparação de jovens, professores e pessoas 60+ para as dinâmicas da Internet, inteligência artificial é

qualquer sistema computacional que simula a inteligência humana para operar sites, apps, robôs e outros ambientes ou equipamentos programáveis. Por trás da IA estão sequências de instruções ou algoritmos que permitem que os computadores “aprendam” a partir dos dados que recebem e se adaptem continuamente a esses dados, sendo capazes de executar tarefas, determinar cursos de ação ou criar conteúdo. As IAs são diferentes de programas de computador tradicionais nos quais precisamos determinar o passo a passo até o resultado desejado – as IAs podem aprender de forma autônoma com a

sua própria operação, e os resultados dependem dos dados que recebem. (OCHS, 2024, s/p)

Na perspectiva da autora, as IAs não são inteligentes, pelo menos não no sentido humano do termo, pois não conseguem acionar memórias e experiências, e nem pensar e tomar decisões como humanos. Também não são mágicas: “O que elas podem fazer é analisar grandes quantidades de informação de maneira muito rápida e precisa, e assim identificar padrões. A partir desses padrões, então, as IAs podem prever resultados e com isso criar ou recomendar algo” (OCHS, 2024, s/p). Embora as ferramentas de IAGen pareçam pensar, o que elas fazem, de fato é usar a probabilidade para sequenciar as combinações de palavras de acordo com os milhões de textos usados em seu “aprendizado”. Quem os fornecem somos nós, humanos. Elas são capazes de simular a nossa linguagem, mas não de compreendê-la. Por isso, OCHS acrescenta:

As IAs são criadas por humanos, que determinam os seus objetivos, seu padrão de funcionamento e escolhem os dados que irão alimentá-las e treiná-las. E nem sempre isso tudo opera de forma equitativa e justa (como no caso do viés algorítmico). É por isso que precisamos entender como as IAs funcionam – para que possamos questioná-las, corrigir problemas e criar formas de funcionamento mais justas e éticas. (OCHS, 2024, s/p).

Em pesquisa exploratória sobre o uso do ChatGPT no jornalismo, Maria José Baldessar e Larissa Gaspar Pinto discorrem sobre o aprendizado de máquina e a importância dos algoritmos no processo. Segundo as autoras, no campo do **machine learning** “a IA aprende a tomar uma decisão baseada em exemplos de um problema, e não de uma programação específica, existe um subcampo denominado **deep learning** (DL), em que são utilizadas redes neurais artificiais profundas” (BALDESSAR e PINTO, 2023: 40). Humano. Como exemplos de técnicas deste subcampo, as autoras citam a extensão da visão computacional e o processamento de linguagem natural que, entre outros aspectos, caracterizam a IAGen.

Marcelo Barcelos acrescenta, em sua tese de doutorado de 2019, que o uso da inteligência artificial já perpassava a produção de jornais e portais digitais, indo de sistemas de curadoria e distribuição de conteúdo informativo às agências de notícia. O autor lembra ainda de seu uso na produção e disseminação de notícias falsas. Ele entende a AI como um novo paradigma comunicacional para o jornalismo. Para explicitar seu ponto, busca mapear os impactos de seu uso na atividade profissional:

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

Embora as transformações sejam ainda recentes, sua incorporação é acelerada e exige reflexão tanto nas redações quanto nas salas de aula. Nas redações, por exemplo, seu uso começa a ser explicitado para os leitores, seja como um sinal de “modernidade” da publicação, seja como manifesta reafirmação dos valores tradicionais do jornalismo. Como exemplo desse movimento, o jornal *O Globo*, em junho de 2024, tornou públicas suas recomendações para o uso de inteligência artificial atreladas aos princípios editoriais, ressaltando que o uso da tecnologia passaria sempre pela supervisão humana.

Destaca que os jornalistas deveriam considerar o uso de inteligência artificial para otimizar o processo de apuração, para buscas, levantamentos de informações e processamento de grandes volumes de dados extraídos de bases confiáveis, mas ressalta que a responsabilidade final pelo conteúdo veiculado seria sempre dos profissionais envolvidos. Aconselha ainda que os jornalistas adotem estratégias para detectar erros, vieses produzidos pela inteligência artificial ou vazamentos de informações sigilosas, dados protegidos pela legislação e informações que firam a propriedade intelectual.

Na mesma ocasião desse anúncio, *O Globo* aproveitou para lançar o *Irineu*, um projeto de criação e desenvolvimento de novos produtos de inteligência artificial. O primeiro deles foi o “Resumo”, “ferramenta baseada em IA que gera uma síntese do que há de mais importante no texto das reportagens. A ideia é proporcionar uma experiência de leitura mais ágil, que permite que o leitor decida se deseja se aprofundar naquele material” (O GLOBO, 2024).

Se as empresas já estão apostando na transparência quanto ao uso da IAGen em seus processos de produção noticiosa, torna-se mais do que urgente incorporar essas ferramentas de forma crítica na formação dos novos profissionais. Essa incorporação não é simples, pois além dos muitos desafios técnicos e éticos de seu uso em sala de aula, tanto os colegas docentes quanto os acadêmicos observam a IAGen com desconfiança. A resistência é um comportamento bastante comum diante do novo, assim como sua rápida adoção, muitas vezes de forma acrítica. O teórico Umberto Eco já nos ensinava sobre o tema em *Apocalípticos e Integrados* (ECO, 1964).

Mesmo sem uma pesquisa formal, a vivência docente mostra que, pelo menos no curso de Jornalismo da Universidade Estácio de Sá, onde a experiência tratada nesse artigo foi conduzida, há estudantes que ainda não tomaram contato nem com as versões gratuitas das ferramentas de IAGen, enquanto muitos dos que optam pelo seu uso, o fazem como fraude, normalmente solicitando trabalhos finalizados pela IAGen, ou textos prontos. Ao serem desafiados a usarem o Copilot ou o Gemini (como na experiência a ser descrita) sob supervisão docente, se espantaram tanto com a iniciativa quanto com os resultados obtidos, mas mostraram-se dispostos a avaliá-los criticamente.

Uso da IAGen na prática: o que resta da Teoria do Jornalismo

Como nos explica o professor Felipe Pena, “diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do *newsmaking*” (PENA, 2005:53). Entre os aspectos compreendidos pela teoria está a noticiabilidade, entendida como “conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de notícias. A noticiabilidade é negociada por repórteres, editores, diretores e outros atores do processo produtivo na redação” (PENA, 2005:53).

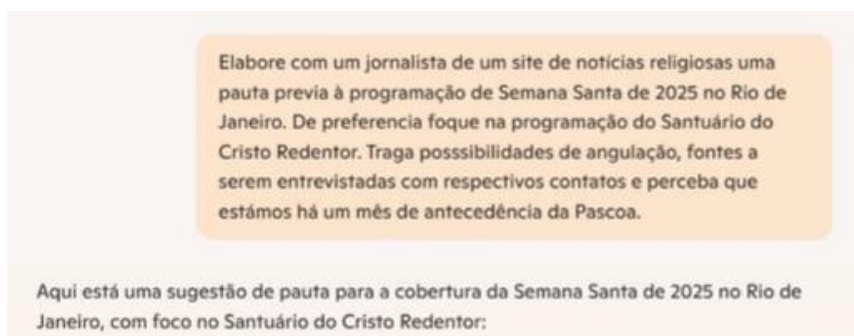
Portanto, a noticiabilidade é estabelecida entre humanos e sua aplicação está baseada em valores-notícia, critérios e operações também inicialmente humanos usados para identificar quais acontecimentos tem potencial para serem pautados e, eventualmente, transformados em notícia. Os valores-notícia obedecem a certos padrões que foram sistematizados por autores clássicos, como Nilson Lage, Mário Erbolato, Nelson Traquina, Mauro Wolf, entre outros. Wolf procura demonstrar que os critérios de noticiabilidade não são óbvios e nem instintivos, como muitos acreditam e, que podem

ser organizados em categorias: substantivas; relativas ao produto; ao meio de informação; ao público e à concorrência.

Na medida em os autores apresentam padrões identificáveis de valores-notícia, o experimento conduzido em sala de aula buscou reconhecer as potencialidades, limitações e desafios do uso de ferramentas a IAGen como assistentes para otimizar a preparação de pautas, de acordo com critérios de noticiabilidade profissionalmente aceitáveis. Sob supervisão docente, foi conduzido, em uma aula remota, realizada na plataforma Microsoft Teams, com cerca de quinze estudantes, matriculados em 2025.1 na disciplina Técnicas de Apuração e Pesquisa Jornalística, da Universidade Estácio de Sá – campus Niterói. No momento da aula, os alunos já tinham sido apresentados ao conceito de noticiabilidade e às categorias de valores-notícia, propostas pelos autores anteriormente citados, discutido estratégias de formulação de pautas jornalísticas e estudado tipologia das fontes na perspectiva do professor Nilson Lage.

A demonstração foi conduzida passo a passo de modo colaborativo e dialogado em dois movimentos principais. No primeiro, usou-se o Microsoft Copilot para estruturação de uma pauta a partir de um tema (Festejos da Semana Santa), sem que ele fosse discutido anteriormente com os estudantes. No segundo movimento, foi usado o Google Gemini e houve pesquisa prévia e discussão com os alunos (sobre o início do prazo para a entrega das declarações de Imposto de Renda e as possíveis conduções da pauta) para que, a partir das demandas coletivas, fosse redigido o comando (*prompt*). Na redação do *prompt* (Figura 1), a professora destacou a importância de se descrever uma persona e dar orientações claras e detalhadas sobre o que se espera da resposta.

Figura 1 – *Prompt* redigido com pouca interação dos estudantes no Microsoft Copilot



Fonte: print de tela do Microsoft Teams

A resposta fornecida indicou algumas possibilidades de angulação (Figura 2); fontes (que foram checadas e estavam, no geral, corretas, mas os contatos indicavam apenas sites), e pelo fato da persona ser um repórter de veículo digital, havia sugestões produtos multimídia a serem considerados na condução da pauta.

Figura 2: Pauta proposta pelo Microsoft Copilot



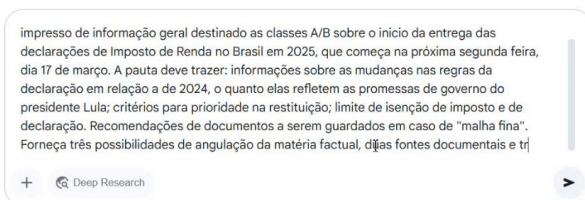
Fonte: print de tela do Microsoft Teams

A resposta foi discutida com os acadêmicos, que propuseram deslocar o foco da suposta pauta do Santuário do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, para o município de Saquarema, onde muitos deles residem. Os novos resultados, além de apresentarem erros nas fontes sugeridas para apuração, repetiram as angulações da primeira resposta, alterando apenas o local, o que demonstrou imprecisão e falta de criatividade da ferramenta. Ao aprofundar a pesquisa sobre as fontes fornecidas, foi possível inferir alguns padrões de busca empregadas pela IAGen em uso. A primeira impressão dos alunos pode ser traduzida em duas falas: Aluno 1: “É bom com um ponto de partida para organizar as ideias, mas não dá para se basear totalmente”. Aluno 2: “É interessante como um norte, mas é preciso ter cuidado para não ser mais do mesmo. Com todo mundo usando a IA para fazer pautas, os pontos serão os mesmos, não haverá variedade”.

Para o segundo experimento, por se tratar de um tema que ensejava modificações recentes (regras para a declaração de Imposto de Renda 2025) optou-se por usar o Google Gemini, que tende a ofertar dados mais atuais, e conduzir uma discussão prévia com os estudantes para identificar o “gancho” adequado para a pauta e aspectos considerados humanamente relevantes que o *prompt* fosse redigido coletivamente. Cada estudante buscou incluir seus interesses no comando e o resultado pode ser constatado na Figura 3.

Figura 3 – Prompt redigido coletivamente no Gemini

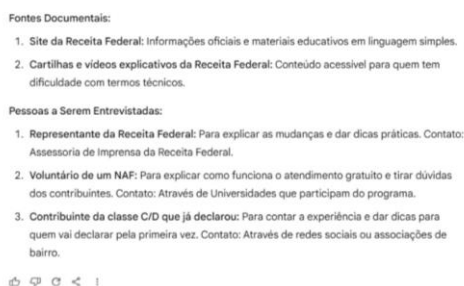
Olá, Soraya



Fonte: print de tela do Google Gemini

Com a pesquisa prévia e o *prompt* redigido coletivamente, o resultado seguiu sendo considerado pouco original e, na perspectiva dos estudantes, não trouxe as respostas que eles queriam, sendo vago nas orientações. Ainda nesse segundo movimento, propôs-se a modificação do público alvo da suposta publicação para um jornal popular e percebeu-se que, dessa vez, a ferramenta conseguiu ser mais precisa ao levar em conta o público como valor-notícia, indicando por exemplo, buscar universidades que tivessem serviço gratuito de preenchimento da declaração (Figura 4).

Figura 4: Sugestões de fontes documentais e pessoas a serem entrevistadas



Fonte: print de tela do Google Gemini

Ainda no segundo experimento, os acadêmicos demonstraram mais interesse em interagir com a ferramenta e associaram a tradicional pesquisa nos buscadores (feita antes da redação do *prompt*) e para criar comandos complementares focados especificamente nos riscos de sonegação. Após a sequência de respostas dadas pelo Gemini, mantiveram o tom crítico: Aluno 1 – “Está completo, mas devolveu as mesmas perguntas e não trouxe respostas”. Aluno 2 – “Achei que não entregou uma pauta, foi muito genérico”. Aluno 3 – “Mesmo com perguntas adicionais, a IA segue pouco objetiva nos riscos. Não fala em

dívida ativa e penhora de bens”. Ressalta-se que nos experimentos foi usada a versão gratuita de cada uma das ferramentas e que a redação dos comandos foi realizada ao sabor das intervenções dos estudantes.

Considerações finais ainda que provisórias

O experimento descrito cotejado com as teorias do jornalismo nos fornece *insights* provisórios tanto sobre o uso da IAGen como assistente de jornalistas profissionais para produção de pautas, como sobre os desafios de sua implantação supervisionada em sala de aula. Ao mesmo tempo em que gera curiosidade e estranhamento, desperta também o espírito crítico, sobretudo em relação a originalidade e confiabilidade do que é sugerido. A sensação predominante foi de que há um potencial a ser explorado, mas que as respostas não são entregues com o detalhamento ou a especificidade requerida. Identificou-se ainda que os valores-notícia são parcialmente reconhecidos pelas ferramentas, que precisam ser conduzidas de modo preciso, mas mesmo assim, não entregam originalidade, que parece ser uma capacidade humana. Destaca-se ainda a imprescindibilidade do uso ativo da inteligência humana em todas as fases do processo.

Há uma tensão entre os ganhos operacionais proporcionados pela IAGen e a necessidade de manutenção dos valores jornalísticos tradicionais. Por isso, torna-se cada vez mais urgente que estudos confrontem as práticas automáticas da IAGen com os imperativos éticos do jornalismo, entre eles a autoria, que não foi aqui aprofundada. Nas redações, a supervisão humana continua sendo anunciada como imprescindível para evitar que erros ou vieses algorítmicos, que podem gerar padronização, comprometendo a diversidade informacional e a qualidade da apuração jornalística. A construção de diretrizes claras e transparentes bem como a atualização dos códigos deontológicos se mostram fundamentais para regular o uso dessas tecnologias, a fim de garantir que a suposta inovação não se sobreponha ao compromisso com a veracidade e com a transparência dos processos de apuração, seleção e edição das notícias.

Referências

BADESSAR, M. e PINTO, L. Inteligência Artificial no jornalismo: primeiras impressões sobre o uso do ChatGPT. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 20, n. 2, jul./dez. 202. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/95061>. Acesso em: 10 jun.2025

BARCELOS, M. **Um olhar no jornalismo futuro a partir da Internet das Coisas**

(IoT) e Inteligência Artificial (AI): prospecções científicas e os desafios tecnológicos nas redações. 2019. 338 f. Tese (Doutorado) - Curso de Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/214828>. Acesso em: 18 jun. 2025.

FORBES. ChatGPT tem recorde de crescimento da base de usuários. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/02/chatgpt-tem-recorde-de-crescimento-da-base-de-usuarios/>. Acesso em: 6 jun. 2025

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

PEREIRA, F. O 'Jornalista Sentado' e a produção da notícia on-line no CorreioWeb. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/12503> Acesso em: 6 jun. 2025

PODER360. ChatGPT ganha 1 milhão de novos usuários em apenas uma hora. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/poder-tech/chatgpt-ganha-1-milhao-de-novos-usuarios-em-apenas-uma-hora/>. Acesso em 06 jun.2025

PRIMO, A. et. Al. Cartografia do ensino de jornalismo digital no Brasil em 2010: um mapa de conquistas e desafios in SILVA, G. KUNSCH, M., BERGER, C. e ALBUQUERQUE, A. (org). **Jornalismo Contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas.** Salvador/Brasília. Compós – EdUFBA. 2011

O GLOBO. Grupo Globo incorpora recomendações para o uso de inteligência artificial aos princípios editoriais. Disponível em <https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2024/06/27/grupo-globo-incorpora-recomendacoes-para-o-uso-de-inteligencia-artificial-aos-principios-editoriais.ghtml>. Acesso em 15 jun. 2025

OCHS, M. **Educação midiática e inteligência artificial.** Livro eletrônico (2024) Disponível em https://educamidia.org.br/wp-content/uploads/2024/03/EMIA-eBook-Fundamentos_V2.pdf. Acesso em 16 jun.2025

PENA, F. **Teoria do jornalismo.** 3. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2005. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786555413083/>. Acesso em: 21 jun. 2025.

TEIXEIRA, H. GHEDIN, E. **Neuropedagogia: Múltiplos olhares sobre o conceito de inteligência.** São Paulo, Editora do Autor, 2022