

IAG no jornalismo audiovisual: diretrizes de uso, regulação e desafios éticos¹

Edna de Mello Silva²

Universidade Federal de São Paulo – Unifesp

Ana Paula Goulart de Andrade³

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ

PPG em Mídia e Cotidiano – PPGMC/UFF

Resumo

Este artigo discute os usos e implicações da inteligência artificial generativa (IAG) no jornalismo audiovisual, com foco nas transformações recentes nas práticas de produção, edição e distribuição de conteúdo. O objetivo é analisar como diferentes agentes do campo jornalístico vêm incorporando tecnologias baseadas em IA e quais desafios éticos e editoriais emergem desse processo. A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, combinando revisão de literatura com análise de conteúdo de uma entrevista veiculada no YouTube e de uma reportagem exibida pelo programa *Fantástico*, da TV Globo. Os resultados apontam para a necessidade de regulamentação clara do uso da IAG nos veículos, bem como para a urgência do letramento midiático da audiência frente à crescente sofisticação dos conteúdos hiper-realistas gerados por essas tecnologias.

Palavra-chave: Jornalismo audiovisual; inteligência artificial generativa; mudanças no jornalismo; tecnologias no telejornalismo

Introdução

A incorporação de tecnologias baseadas em inteligência artificial ao jornalismo não é uma novidade absoluta, mas a chegada da inteligência artificial generativa (IAG) marca um novo momento no campo da produção jornalística, especialmente no jornalismo audiovisual. Diferentemente de sistemas automatizados anteriores, voltados à curadoria de dados ou à personalização de conteúdos, a IAG é capaz de gerar textos, avatares, vídeos e vozes de forma autônoma a partir de comandos linguísticos simples, reconfigurando os papéis do jornalista, os modos de enunciação e a própria materialidade da notícia.

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

² Doutora em Ciências da Comunicação, professora do Curso de Design Educacional da Universidade Federal de São Paulo – UNIFESP. E-mail: prof.ednamello@gmail.com.

³ Doutora, professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – UFRRJ e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano da Universidade Federal Fluminense – PPGMC/UFF Universidade Federal Fluminense – UFF. E-mail: goulartdeandrade@gmail.com

A acessibilidade aos aplicativos e plataformas de IAG, aliada ao crescente aprimoramento técnico, por um lado gerou entusiasmo entre desenvolvedores e comunicadores, e por outro acentuou dilemas éticos e editoriais que desafiam os fundamentos do jornalismo como prática social. Neste contexto, torna-se fundamental investigar como essas ferramentas vêm sendo incorporadas por redações e profissionais da comunicação, quais normas e diretrizes têm sido estabelecidas para seu uso e, sobretudo, de que forma o público pode desenvolver estratégias críticas para reconhecer conteúdos produzidos por máquinas em meio a uma paisagem informacional cada vez menos transparente.

O uso das IAGs no jornalismo

Thomson et al. (2025), em relatório desenvolvido pelo RMIT University (Royal Melbourne Institute of Technology) e centros parceiros, investigaram os usos e as percepções sobre a inteligência artificial generativa (IAG) no jornalismo, organizando os achados em três eixos principais: produção de conteúdo, percepções dos jornalistas e recepção pelo público. A partir de estudos empíricos em sete países (Austrália, Alemanha, Estados Unidos, Reino Unido, Noruega, Suíça e França), os autores demonstram que, embora a adoção da IAG tenha crescido, persistem desafios éticos, legais e epistemológicos. A pesquisa revela que tanto jornalistas quanto públicos demonstram inquietações quanto à veracidade, à transparência e à responsabilização de conteúdos produzidos por IA. A ausência de diretrizes padronizadas para o uso da tecnologia nos ambientes jornalísticos é percebida como um obstáculo à confiança e à legitimidade da informação.

Outro ponto de destaque do relatório refere-se aos algoritmos identificados nas ferramentas de IA generativa, os quais reproduzem estereótipos de gênero, classe, raça e localização geográfica. O estudo reforça que a inserção da IA nos processos produtivos – como *brainstorming*, edição de imagens e criação de ilustrações – tem sido mais aceita em setores periféricos das redações, como cultura e design, do que no *hard news*. Apesar do entusiasmo inicial com o potencial de automação e eficiência, o relatório alerta que a opacidade dos modelos de IA contraria os princípios basilares do jornalismo, como a transparência e a rastreabilidade das fontes, evidenciando uma tensão estrutural entre inovação tecnológica e responsabilidade ética. O estudo também destaca a ausência de

políticas internas claras em diversas redações entrevistadas, ainda que houvesse demanda por regulação tanto por parte dos profissionais quanto dos públicos.

O relatório técnico publicado pela Associated Press em 2024 (Diakopoulos et al.) também mapeou a incorporação da IAG nas práticas jornalísticas contemporâneas, enfatizando a reconfiguração do trabalho nas redações. A partir de uma pesquisa realizada com 292 profissionais do setor jornalístico, oriundos principalmente da América do Norte (61,7%) e da Europa (24,8%), com participações menores de Ásia (7,9%), África (2,8%), Oceania (1,7%) e América do Sul (1%), os autores identificam uma adesão crescente às ferramentas de IA. Entre os entrevistados estavam editores (34,5%), executivos (20%), repórteres (18,3%), tecnólogos (9,3%) e profissionais com funções mistas ou ligadas a produto (17,9%). Aproximadamente 74% dos respondentes afirmaram já ter utilizado IA generativa em algum momento.

As empresas envolvidas na pesquisa incluíram desde grandes redes como Associated Press, Reuters e New York Times, até redações locais e independentes, possibilitando uma visão ampliada sobre as percepções e práticas do setor. Os usos mais comuns foram voltados para a produção de texto (69,6%), criação multimídia (20,4%), tradução, transcrição e gestão de metadados. Há também forte interesse na personalização da experiência do usuário via *chatbots* e assistentes noticiosos. O estudo aponta ainda que metade dos entrevistados percebeu mudanças nos fluxos de trabalho com a adoção da IA, com destaque para a emergência de novas funções e demandas de qualificação, como a habilidade de elaborar prompts eficazes e revisar conteúdo automatizado.

No contexto brasileiro, o estudo de Berti (2024), publicado na Revista Pauta Geral, contribui com uma análise situada das transformações nas redações do Piauí frente à emergência da IAG. A partir de uma etnografia realizada ao longo de 13 meses, o autor observa que a incorporação da inteligência artificial nas rotinas de pautar, apurar, editar e veicular conteúdo tem alterado profundamente a sociabilidade profissional. A pesquisa revela que, mesmo em redações regionais, o uso de ferramentas como ChatGPT e Gemini já é cotidiano, sendo adotado por cerca de 85% das redações observadas, especialmente como apoio à produtividade e à criatividade textual.

O autor argumenta que, embora as ferramentas ampliem possibilidades operacionais, elas também introduzem novas camadas de tensionamento ético e epistemológico. A percepção de um "jornalismo automatizado" gera insegurança entre os profissionais sobre os rumos da profissão e reforça a importância de uma formação crítica, ética e tecnicamente qualificada. Berti ancora sua análise em autores como Martín-Barbero e José Marques de Melo, compreendendo o jornalismo como prática de mediação que se articula às transformações culturais e tecnológicas. Nesse sentido, a IAG não deve ser vista como mera ferramenta, mas como fenômeno que exige redimensionamento das práticas jornalísticas e reflexão crítica constante.

Já o estudo de Gonçalves e Belda (2024) explora os caminhos normativos adotados por veículos brasileiros na tentativa de regulamentar o uso da inteligência artificial nas redações. A partir da análise das diretrizes da Globo, do Estadão e da Folha de S.Paulo, os autores apontam para um movimento ainda incipiente de autorregulação, mas que sinaliza preocupações éticas relevantes. Entre os pontos em comum, destacam-se: a exigência de supervisão humana sobre conteúdos automatizados, a identificação clara de materiais gerados por IA, a proibição do uso de IA para criação de notícias sem intervenção jornalística, e o compromisso com a integridade editorial.

O Grupo Globo, por exemplo, destaca a obrigatoriedade da checagem humana em qualquer etapa do uso de IA e a sinalização transparente de conteúdos gerados por esses sistemas. O Estadão afirma que os jornalistas devem manter controle total sobre as narrativas, utilizando IA apenas como suporte, e veda o uso de IAG para opinião ou análise crítica. Já a Folha de S. Paulo estabelece que as ferramentas podem ser utilizadas para tarefas operacionais, mas não para substituir o julgamento jornalístico. Os autores defendem que a elaboração de diretrizes deve partir de princípios claros: transparência no uso da IA, supervisão humana, distinção entre conteúdo automatizado e jornalístico, e compromisso com a diversidade informacional. O estudo contribui para o entendimento de que a governança da IA no jornalismo precisa ser coletiva, referenciada e atualizada constantemente.

Aplicações práticas e diretrizes no jornalismo audiovisual

Em entrevista conduzida em formato de transmissão ao vivo, por meio da plataforma YouTube, no canal institucional do projeto “SBPJor em Redes”, promovido pela Rede Telejor (Rede de Pesquisadores em Telejornalismo) o jornalista Ben-Hur Correia, do Grupo Globo, na qual se discutiu as aplicações práticas da IA generativa no jornalismo audiovisual. O entrevistado apontou que os usos dessa tecnologia têm se disseminado principalmente em três frentes: (1) na fase de pesquisa e levantamento de dados, otimizando tempo de produção com resumos automatizados; (2) na edição de imagem e som, com ajustes automáticos de cores, legendação e montagem de trechos; e (3) na adaptação de conteúdos para plataformas digitais, com criação automática de imagens de capa (thumbnails) e recortes de vídeos ajustados para testes de desempenho com diferentes públicos.

Esses processos podem ser representados no quadro a seguir:

Etapa da produção jornalística	Uso da IAG segundo Ben-Hur Correia
Pesquisa / briefing	Geração de resumos, sugestão de pautas
Edição de vídeo e imagem	Legendas automáticas, correção de cor
Distribuição digital	Imagens de capa, trailers, cortes dinâmicos

Fonte: elaborado pela autora a partir de entrevista (SBPJor, on-line, 13 jun 2025)

Ao tratar das diretrizes editoriais adotadas pelo Grupo Globo, Correia afirma que o uso da IA está condicionado às seguintes normas: todo conteúdo automatizado deve ser previamente validado por profissionais humanos; é obrigatória a sinalização clara de que houve uso de IA; e é vedado o uso de IA para compor narrativas ou emitir opinião. Como salienta: “Há uma exigência de que todo uso de IA seja supervisionado por um profissional, com identificação pública de que aquele trecho foi automatizado, e nunca deve-se delegar à máquina o papel de contar a história ou emitir juízo de valor” (SBPJor, informação verbal, on-line, 13 jun 2025).

Do ponto de vista ético, Correia (2025) destaca três questões principais: a necessidade de transparência com o público, o risco de disseminação de informações incorretas e os impactos sobre o trabalho humano. Acredita que, embora a IA possa liberar tempo para atividades mais criativas e analíticas, há um risco concreto de precarização de funções e de erosão do vínculo de confiança entre jornalista e audiência. Assim, a regulação do uso da IA deve estar ancorada em princípios editoriais rígidos e em um compromisso ético com a responsabilidade informacional.

A reportagem exibida no programa *Fantástico*, da TV Globo, em 08 de junho de 2025, abordou os impactos estéticos e éticos da ferramenta Veo 3, sistema de inteligência artificial generativa (IAG) desenvolvido pela Google DeepMind, capaz de criar vídeos hiper-realistas a partir de descrições textuais. A matéria foi assinada pela repórter Ana Carolina Raimundi, com produção de Marcela Amodio e Ben-Hur Correia. O caso apresentado como fio condutor foi o da personagem Marisa Maiô, criada com IA pelo roteirista e ator Raony Phillips, cujo programa de auditório gerado artificialmente se tornou viral nas redes sociais.

Ao longo da reportagem, são destacados os principais atributos técnicos da Veo 3: capacidade de produzir vídeos de até 1 minuto em resolução 4K, com integração entre imagem, som e movimento, além de sincronização labial e domínio do idioma português, mesmo que os comandos originais sejam em inglês. A ferramenta foi lançada simultaneamente em 70 países, com acesso restrito a planos pagos, como o Google AI Pro e o Google AI Ultra, já disponíveis no Brasil. A matéria explicita o fascínio gerado pela personagem Marisa Maiô, ao mesmo tempo em que levanta reflexões sobre os limites éticos do uso da IAG no audiovisual. A repórter Ana Carolina Raimundi alerta que, embora a tecnologia ofereça novas possibilidades narrativas e visuais, ela também representa riscos de manipulação da realidade, de propagação de desinformação e de substituição do trabalho criativo humano por conteúdos artificiais altamente verossímeis.

A reportagem também entrevistou especialistas em tecnologia e audiovisual, que destacaram a urgência de políticas de regulamentação e rotulagem do conteúdo automatizado, especialmente em tempos de alta circulação de vídeos nas redes sociais. A integração de IA nos processos criativos, segundo os entrevistados, exige que produtores de conteúdo, jornalistas e o público operem com um olhar ético e reflexivo sobre os efeitos sociais, cognitivos e informacionais dessas novas imagens.

Algumas considerações

A partir da revisão de literatura e dos casos empíricos analisados, evidencia-se que o avanço das ferramentas de inteligência artificial generativa impõe ao campo do jornalismo audiovisual uma reconfiguração profunda de suas práticas, protocolos e fundamentos éticos. Os relatórios internacionais (Thomson et al., 2025; Diakopoulos et al., 2024) convergem com os estudos brasileiros (Berti, 2024; Gonçalves; Belda, 2024) ao apontarem que, embora a IAG amplie possibilidades operacionais e criativas, ela também introduz riscos significativos: opacidade dos sistemas, reprodução de discriminação, apagamento da autoria e potenciais distorções da realidade. Soma-se a isso a ausência ou insuficiência de diretrizes claras em diversas redações, o que reforça a urgência de regulamentações internas e públicas que assegurem a integridade editorial e a confiança social no jornalismo.

A análise da reportagem exibida pelo *Fantástico* em junho de 2025, e o depoimento de profissionais como Ben-Hur Correia, reforçam essas inquietações ao demonstrar que, na prática, os limites entre o real e o ficcional tornam-se cada vez mais tênues. Há, portanto, um ponto de convergência central entre os estudos e as experiências jornalísticas recentes: a necessidade de que o uso da IAG seja não apenas regulado pelas empresas de comunicação, mas também compreendido criticamente pelo público. O fortalecimento do letramento midiático torna-se, nesse contexto, uma condição indispensável para que a sociedade possa reconhecer, avaliar e, quando necessário, contestar conteúdos hiper-realistas produzidos por máquinas. Assim, o jornalismo que se quer ético e comprometido com a verdade não prescinde da inovação tecnológica, mas exige sua mediação responsável, transparente e humana.

Referências

BERTO, Orlando Maurício de Carvalho. Jornalismo e inteligência artificial: desafios nas redações. *Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, Ponta Grossa, v. 11, p. 133-148, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.5212/RevistaPautaGeral.v.11.24073>. Acesso em: 22 jun. 2025.

DIAKOPOULOS, Nicholas et al. *Generative AI in journalism: the evolution of newswork and ethics in a generative information ecosystem*. [S.l.]: Associated Press, 2024. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/379668724>. Acesso em: 22 jun. 2025.

GLOBO. Sucesso de Marisa Maiô nas redes chama atenção para nova ferramenta de IA. *Fantástico*, Ana Carolina Raimundi (reportagem), Marcela Amodio e Ben-Hur Correia (produção). Rio de Janeiro: TV Globo, 08 jun. 2025. Disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/video/sucesso-de-marisa-maio-nas-redes-chama-atencao-para-nova-ferramenta-de-ia-13664630.ghtml>. Acesso em: 22 jun. 2025.

GONÇALVES, Jonas; BELDA, Francisco Rolfsen. Diretrizes para uso de IA no jornalismo: os casos brasileiros. In: CONGRESSO INTERNACIONAL MEDIA ECOLOGY AND IMAGE STUDIES, 7., 2024. Anais [...]. [S.l.]: Chrome Photo/GENEM, 2024. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/385628701>. Acesso em: 22 jun. 2025.

SBPJOR. *SBPJor em Redes – Entrevista com Ben-Hur Correia sobre IA no jornalismo audiovisual*. YouTube, 13 jun. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dq-smlJ0SpI>. Acesso em: 22 jun. 2025.

THOMSON, T. J. et al. *Generative AI and journalism: content, journalistic perceptions, and audience experiences*. Melbourne: RMIT University (Royal Melbourne Institute of Technology), 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.28068008>. Acesso em: 22 jun. 2025.