

Inteligência Artificial nas mediações informacionais contemporâneas nos sites webjornalísticos que fazem crossmedia no Piauí¹

Airton Paz Carneiro dos Santos²
Universidade Estadual do Piauí – UESPI

Orlando Maurício de Carvalho Berti³
Universidade Estadual do Piauí – UESPI
Universidade Federal do Piauí – UFPI

Resumo

Traz-se a contemporaneidade das mediações informacionais em veículos webjornalísticos do estado do Piauí que fazem crossmedia sobre a temática Inteligência Artificial. Durante todo o ano de 2025 (entre 01 de janeiro e 31 de dezembro) foram analisados os conteúdos dos cinco veículos piauienses que fazem mediações jornalísticas em várias plataformas sobre I.A.: A10+, Cidade Verde, G1 Piauí, Meio News e O Dia. Estuda-se as variáveis quantitativas desse conteúdo no ambiente webjornalístico destacando-se seus focos subtemáticos, seus direcionamentos geográficos (se local, regional, nacional ou internacional), sobre autoria (se é própria, reproduzida completamente ou parcialmente ou ainda advinda de outras fontes) e também acerca da origem da informação (sobre o local de produção do conteúdo). Nota-se que há uma pluralização e ascensão dos conteúdos sobre Inteligência Artificial, mas que ainda há muito mais uma cultura dos meios que fazem crossmedia no Piauí em apenas reproduzir conteúdos nacionais e internacionais, sem aprofundá-los ou reverberá-los em uma perspectiva local e regional.

Palavras-chave

Jornalismo; Inteligência Artificial; Webjornalismo; crossmedia; Piauí.

Introdução

Segundo a ONU (2026), há praticamente uma interação diária em sistemas de Inteligência Artificial para cada um dos mais de oito bilhões de habitantes do planeta. A

¹ Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação, Cultura Digitais e Tecnologias, da Intercom Júnior – 22ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 49º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Acadêmico do Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí campus Poeta Torquato Neto (em Teresina – PI). Bolsista de Iniciação Científica – PIBIC/UESPI/FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. Membro do Grupo de Pesquisa Tecnologias Sociais em Comunicação. Membro do LIAJ – Laboratório de Inteligência Artificial em Jornalismo da UESPI. E-mail: airtonsantos@aluno.uespi.br

³ Professor efetivo (Associado I – DE) do Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, campus Poeta Torquato Neto (em Teresina – PI). Professor Permanente do Mestrado em Comunicação da UFPI – Universidade Federal do Piauí – área de concentração: Processos e Práticas do Jornalismo, subárea: Jornalismo e Inteligência Artificial. Pós-doutor em Comunicação, Região e Cidadania pela UMESP – Universidade Metodista de São Paulo. Doutor e Mestre em Comunicação Social pela UMESP, com estágio doutoral na UMA – Universidad de Málaga, na Espanha. É líder do Grupo de Pesquisa Tecnologias Sociais em Comunicação. Desenvolve atualmente pesquisas sobre mediações, questões comunicacionais do Sertão do Piauí, tecnologias atuais e tecnologias sociais. Bolsista de Produtividade Tecnológica da UESPI – Universidade Estadual do Piauí e da FAPEPI – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. Diretor do LIAJ – Laboratório de Inteligência Artificial em Jornalismo da UESPI. E-mail: berti@uespi.br

própria temática, além de contemporânea, mostra-se necessária por sua popularização e ainda pela internalização (proposital ou não) nos dispositivos que conectam o consumo dos produtos comunicacionais e como estes impactam, direta ou indiretamente, a cotidianidade, mesmo de quem não tem conexão constante.

O Jornalismo, como um caminho comunicacional de mediações informacionais, está em constante mutação e é um reflexo direto do que ocorre na própria sociedade. Debater o Jornalismo e suas interfaces continua sendo praticamente uma obrigação da Academia, notadamente em tempos de tantas desconfianças e dicotomias em relação a esta área, seus atores e suas funções. Defendemos o Jornalismo em suas funções de procurar a verdade, compartilhá-la e mediar os fatos e atos ocorridos na sociedade e entre seus membros.

Este artigo atualiza, mostra e reflete sobre as mediações informacionais contemporâneas nos sites webjornalísticos do estado do Piauí, que é o terceiro maior em extensão territorial no Nordeste do Brasil (e um dos dez maiores em extensão territorial), que fazem crossmedia e como estes veículos têm mediado a temática Inteligência Artificial durante o ano completo de 2025.

É feito um censo no que foi publicado pelos veículos webjornalísticos: A10+ (<https://a10mais.com>), Cidade Verde (www.cidadeverde.com), G1 Piauí (www.g1.globo.com/pi/piui), Meio News (www.meionorte.com) e O Dia (www.portalodia.com). Eles e os grupos em que fazem parte são responsáveis em conglomerarem conteúdos não somente webjornalisticamente, mas também em veículos televisivos e radiofônicos e, no caso de O Dia, também de maneira impressa (sendo o único veículo do tipo a funcionar atualmente diariamente no estado).

A pesquisa que origina este artigo foi realizada em quatro fases, pensadas para melhor aprofundar o estudo, responder o problema de pesquisa e chegar aos objetivos da mesma para responder a pergunta norteadora: como a Inteligência Artificial aparece nas mediações informacionais contemporâneas nos sites webjornalísticos que fazem crossmedia no estado do Piauí?

A primeira fase da pesquisa foi de caráter bibliográfico com o objetivo de ampliar a base das leituras com livros, artigos científicos, documentos e reportagens de meios especializados (físicos ou virtuais), com o objetivo de maior entendimento sobre as questões da contemporaneidade do Jornalismo, do webjornalismo e também de suas

interfaces com as tecnologias atuais, inclusive com os sistemas de Inteligência Artificial (generativos ou não).

A segunda fase foi de caráter de campo virtual, envolvendo propriamente dita os cinco sites webjornalísticos dos veículos estudados: A10+; Cidade Verde; G1 Piauí; Meio News e O Dia. Todos esses meios e suas produções são de acesso público e os cinco veículos contêm o próprio mecanismo de pesquisa disponível para qualquer pessoa e seus bancos de dados que estão disponibilizados há pelo menos, quatro anos. Por meio dos mecanismos de pesquisa desses respectivos sites, procurou-se variáveis para a uma análise de conteúdo, buscando os termos: “Inteligência Artificial”, “IA”, “AI”, “I.A.” e “A.I.”, mapeando tudo o que foi veiculado virtualmente entre 01 de janeiro e 31 de dezembro de 2025, caracterizando 365 dias e um ano civil completo.

Na etapa subsequente, procedeu-se à análise qualitativa das matérias, com base em quatro categorias principais: foco temático, com a identificação se a Inteligência Artificial constitui o tema central da matéria ou apenas um recurso secundário dentro de outra abordagem; direcionamento geográfico, com a verificação da relevância territorial da notícia, classificando-a como local (oriunda da cidade Teresina, capital do estado e sede territorial dos veículos), estadual (Piauí), regional (Nordeste), nacional (Brasil) ou internacional (outros países); autoria, com a identificação da origem da produção jornalística, distinguindo entre conteúdo original, reproduzido de outros portais ou material terceirizado; e ainda a origem da informação, com a análise do local de produção do conteúdo, independentemente do veículo que o publicou. Todas as fases desta parte da pesquisa foram realizadas manualmente, conferindo-se por meio de tabelas os resultados. Ferramentas de Inteligência Artificial foram dispensadas nessa fase porque se mostraram menos eficazes do que o próprio olhar e ação humana⁴.

Ainda durante a feitura da terceira fase houve a análise de conteúdo, do que foi produzida com mais afinco, mostrando-se como neste período de 12 meses o assunto Inteligência Artificial foi abordado nos principais portais que fazem crossmedia. Durante o processo foi feito um comparativo mensal (com resultados parciais) e anual (censo completo) para tentar descobrir períodos de possíveis vazios comunicacionais sobre a temática e comparação entre os meios de comunicação.

⁴ Por conta do tamanho do espaço do artigo, que prevê, no máximo, 15 páginas, e estas foram completadas, as tabelas gerais de todas as fases metodológicas do trabalho foram suprimidas.

Na quarta etapa da pesquisa realizou-se a análise de todo o escopo de dados encontrados e dos resultados dessas mediações nos veículos crossmedia e como cada um impactou sobre os conteúdos relacionados à Inteligência Artificial.

Espera-se nesse estudo contribuir com o debate sobre Inteligência Artificial de maneira em geral e também para o webjornalismo no Piauí e suas características crossmedia, levando em conta as interfaces desse novo espaço de sociabilidades para as vivências acadêmicas e suas reflexões para o mercado profissional.

Os impactos educacionais são esperados a partir do momento em que o assunto possa ser reverberado não só em congressos, mas também na própria sala de aula (em debates docentes e discentes) e ainda entre a comunidade em geral.

Em termos de impactos socioeconômicos espera-se com os resultados da pesquisa, e suas reverberações, tragam novos espaços para a formação de recursos humanos para pensar e agir sobre Inteligência Artificial e suas consequências, principalmente das mediações webjornalísticas.

Os impactos ambientais são transversais, principalmente porque essa temática pode aparecer de maneira a trazer reflexões sobre inovações de ideias, inserções de públicos e vivências de conscientizações dentro do próprio ambiente de Inteligência Artificial.

Jornalismo e Inteligência Artificial um debate necessário para o entendimento webjornalístico e suas consequências crossmedia

A temática Inteligência Artificial tem sido muito midiaticizada contemporaneamente, levando a polêmicas, críticas, sugestões, mistos de pensamentos tecnóforos e tecnófilos, mas também a necessidade de um debate sobre que precisamos acompanhar mais a temática.

Mas será que o próprio Jornalismo trata sobre esse assunto de maneira profunda ou esta ganha muito mais espaço em meios alternativos às mediações informacionais, como as redes sociais? E quais as consequências atuais para o próprio webjornalismo?

Mônica Martinez (2022) enfatiza o quanto o jornalismo é desafiado, principalmente em seu poder de mediação e construção de histórias, justamente para poder fazer chegar a informação aos lugares mais remotos, bem como integrar os mais conectados, pluralizando as informações. Em suas vertentes virtuais, para ambientes com

conexão, o online e o digital podem atingir muito mais pessoas do que os próprios veículos tradicionais, acrescentando-se seu poder de velocidade e também o de realizar nichos em públicos determinados.

Orlando Berti (2023, p. 15) diz as questões e os desafios do jornalismo na contemporaneidade, principalmente neste cenário de virtudes e preocupações refletido nesta terceira década do século XXI (em tempos do aumento sobre o debate das Inteligências Artificiais), sendo que o termo jornalismo:

[...] em sua concepção gramatical como substantivo comum, enfatiza sobre as mediações do dia a dia, feitas ou não com uma maneira de destaque e diferença; tratando das cotidianidades e do comum, também podendo ser mediado por uma gama maior de pessoas, não necessariamente por profissionais graduados.

Já o Jornalismo, como substantivo próprio, inclusive gramaticalmente mais raro, é a maneira de mediação informacional em que traz a diferencialidade do que é mediado, que promove impacto na vida das pessoas e evolução das mesmas. É feito por profissionais preocupados com o outro, que tem a área como uma missão e não somente como um simples ganha pão.

É no Jornalismo que acreditamos e tentamos mediar para nosso alunado e para a sociedade em geral em nossas duas décadas de atuação no ensino superior dessa área e também nas quase três décadas dedicadas a essa prática. Se pensamos, e atuamos para, o Jornalismo como algo diferencial e ímpar, temos uma maneira melhor e especial de encarar e torna-lo muito mais social.

Esses pensamentos são concordados por Thaís Jorge (2007), Luis Felipe Miguel (2022) e Jaime Lourenço (2025) que destacam o poder das informações, suas multiplicidades e seus meios, notadamente desafiadores neste século XXI e irradiados em tempos de mediações eletrônicas interligadas pelos dispositivos potencializados pela Rede Mundial de Computadores, a Internet e as próprias consequências para as Inteligências Artificiais e todas as transformações entre o mediar via veículos impressos, depois sonoros e ainda os televisivos, para uma maior interação, presença de público e até migração total, para a multimídia, instigada pelas telas móveis, notadamente dos aparelhos smartphones.

É nesse espaço da Internet que desde o início deste século que Manuel Castells (2003) destacava o quanto a Rede Mundial de Computadores é uma galáxia de possibilidades e sociabilidades, sendo que este conceito é perfeitamente aplicável nas realidades sociais e de mediações informacionais desta terceira década do século XXI e nos tempos de vivências com as Inteligências Artificiais em um público cada vez mais conectado.

O jornalismo, entre sua tradicionalidade, mutações e novos públicos, cada vez mais conectados, termina por instigar e vivenciar novas perspectivas. Algumas delas começaram a ser mais evidentes a partir dos anos 2000 em que o jornalismo de outrora, hegemônico e balizado nas transmissões radiofônicas e televisivas (muito mais massivas e nacionalizadas) entremeio aos impressos que não chegavam a maioria das populações mais pobres (por falta de recursos para adquiri-los ou por pouco nível de leituraabilidade ou pelo estado – ainda constante entre parte dela – de analfabetismo funcional) terminaram por ser potencializadas com a multimidialidade de notícias em um mesmo lugar, a internet.

Potencializava-se assim o webjornalismo e as mediações informacionais feitas diretamente para serem vivenciadas por meio de produção e veiculação de notícias diretamente para a Internet.

João Canavilhas (2003) sistematiza um dos conceitos iniciais de Webjornalismo, sendo o tipo de jornalismo feito na Web, ou seja, na rede que abarca, entre muitas redes informacionais por meio de dispositivos conectados e online, que é a Internet.

O webjornalismo é a modalidade na qual as novas tecnologias já não são consideradas apenas como ferramentas, mas, sim, como constitutivas dessa prática jornalística. E nela, as bases de dados possibilitaram a criação de um formato com estatuto próprio, desempenhando três funções simultâneas e complementares:

- a) de formato para a estruturação da informação;
- b) de suporte para modelos de narrativa multimídia; e
- c) de memória dos conteúdos publicados (Barbosa, 2026, p. 2).

Jean Charron e Jean de Bonville (2023), duas décadas depois dos pensamentos seminais de João Canavilhas (2003), ampliam e modernizam esses conceitos, destacando que o próprio Jornalismo, bem como todas as suas interfaces e plataformas (tradicionais, ou não) sofre constantes mudanças estruturais, principalmente por ser uma área que exige dinamicidade.

O Jornalismo muda porque a própria sociedade se transforma.

Henry Jenkins (2022) esclarece sobre o que é crossmedia como a convergência de mídias de um mesmo tipo midiático, ou seja, é a polissemia de canais em um único canal ou meio de comunicação, com sentidos ao mesmo tempo de visualidade, audiovisualidade, sonoridade, leituraabilidade e hipertextualidade.

São meios que se retroalimentam para um meio ou para vários meios do mesmo conglomerado comunicacional. Ou seja, para haver crossmedia é necessário que um mesmo grupo empresarial tenha, ao menos, dois, ou mais veículos, em plataformas comunicacionais diferentes, podendo ser impressos, televisivos, radiofônicos, virtuais e, principalmente, multimidiáticos ligados a redes sociais e ao webjornalismo.

Pollyana Ferrari (2003) destaca que geralmente os grandes conglomerados comunicacionais tendem a fazer isso, integrando assuntos em plataformas tradicionais como os jornais, os rádios e as TVs, geralmente com veículos webjornalísticos, possibilitando o encontro de uma mesma notícia, em uma mesma plataforma de vários meios pertencentes a um mesmo conglomerado comunicacional.

No Piauí, segundo Orlando Berti (2020; 2026), o webjornalismo tem crescido (e vem aumento suas posições e popularidade) e, principalmente, tem sido uma das vozes de mediações, notadamente dos temas que exigem uma maior velocidade de expansão, sendo que em nosso estado houve uma rápida expansão desse tipo de mídia, principalmente entre o final da primeira década e início da segunda década deste século XXI.

Até o fim do primeiro semestre de 2026, e, conseqüentemente atuantes em 2025 (marco temporal de busca de dados deste artigo, entre 01 de janeiro e 31 de dezembro daquele ano), faziam crossmedia os seguintes sites webjornalísticos em todo o estado do Piauí: o A10+, por meio de uma emissora de televisão, uma emissora de rádio, e do próprio veículo virtual; o Cidade Verde, por meio de duas emissoras de rádio, de duas emissoras de televisão (sendo uma na capital e outra no interior do estado) e daquele próprio portal de notícias; o G1 Piauí, por meio de duas emissoras de rádio, de duas emissoras de televisão (sendo uma na capital e outra no interior piauiense) e de dois portais de notícias (além do G1 Piauí, também o Clube Notícias); o Meio News, através de duas emissoras de TV, quase uma dezena de emissoras de rádio e um portal de notícias, sedimentado por várias outras ferramentas virtuais; e O Dia, por meio de uma emissora de rádio, uma emissora de TV, um jornal impresso (o único ainda em funcionamento em todo o estado) e um portal de notícias. Todos esses veículos virtuais têm sede na capital piauiense, Teresina, que é a maior cidade e o maior centro irradiador midiático do Piauí.

As análises versam sobre o conteúdo dos meios webjornalístico desses sistemas crossmedia.

O que falam os sites webjornalísticos do Piauí que fazem crossmedia sobre Inteligência Artificial na contemporaneidade

Entre 01 de janeiro e 31 de dezembro de 2025 foram debruçados levantamentos em todos os veículos webjornalísticos do Piauí que fazem crossmedia, como explicado anteriormente na parte introdutória, descrevendo-se as categorias e perspectivas elencadas.

Foram analisados os sites: A10+, Cidade Verde, G1 Piauí, Meio News e O Dia justamente por terem conteúdos multimidiatizados em diferentes plataformas pertencentes aos mesmos grupos comunicacionais. Todos eles são sediados na capital do estado, Teresina, e são responsáveis por mediações de conteúdos em várias plataformas e também com intenção de atingirem todos os 224 municípios do estado.

Na *Tabela 1* é possível compreender o quantitativo geral do levantamento sobre o número de conteúdos encontrados durante o ano de 2025 envolvendo Inteligência Artificial.

TABELA 1 – QUANTIDADE TOTAL DE CONTEÚDOS WEBJORNALÍSTICOS SOBRE A TEMÁTICA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEICULADA NOS SITES QUE FAZEM CROSSMEDIA LOCALIZADOS NO ESTADO DO PIAUÍ

NOME DO VEÍCULO	NÚMERO DE MATÉRIAS VEICULADAS DURANTE O RECORTE DA PESQUISA
A10+	29 (ou 6,55% do total)
Cidade Verde	230 (ou 51,92% do total)
G1 Piauí	41 (ou 9,25% do total)
Meio News	109 (ou 24,6% do total)
O Dia	34 (ou 7,68% do total)
TOTAL	443

Fonte: Construção dos autores deste artigo (2026).

Nota-se uma maior profusão de conteúdos no Cidade Verde, com mais da metade de todas as citações encontradas no universo censitário dos veículos webjornalísticos que fazem crossmedia no Piauí. O meio com menor porcentagem de citações foi o A10+, principalmente porque este tem uma dedicação maior acerca de notícias polêmicas e policiais. A análise das variáveis, levando em conta, novamente, os cinco veículos, também mostrou uma série de particularidades, como é possível ser constatado na *Tabela 2*, que mostra interfaces temática, geográfica, autoral e originária dos conteúdos dos respectivos veículos webjornalísticos piauienses.

TABELA 2 – PORMENORIZAÇÕES DOS CONTEÚDOS ENCONTRADOS EM CADA UM DOS VEÍCULOS WEBJORNALÍSTICOS DO PIAUÍ QUE FAZEM CROSSMEDIA DURANTE O ANO DE 2025, COM VARIÁVEIS DO NOME DO MEIO, SOBRE OS FOCOS TEMÁTICOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, ACERCA DO DIRECIONAMENTO GEOGRÁFICO, SOBRE A AUTORIA E A ORIGEM DAS INFORMAÇÕES

NOME DO VEÍCULO	FOCO TEMÁTICO SOBRE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	DIRECIONAMENTO GEOGRÁFICO	AUTORIA	ORIGEM DA INFORMAÇÃO
A10+	86,21% SIM 13,79% NÃO	3,45% Local 72,41% Estadual 24,14% Nacional	89,66% originais 10,34% de outros sites	89,66% Local 10,34% Nacional
Cidade Verde	31,90% SIM 68,10% NÃO	14,78% Local 42,17% Estadual 1,74% Regional 29,13% Nacional 12,17% Internacional	64,35% originais 30,87% de outros sites 4,78% não publicado	65,65% Local 28,26% Nacional 1,30% Internacional 4,78% Não publicado
G1 Piauí	34,15% SIM 65,85% NÃO	36,59% Local 53,66% Estadual 2,44% Regional 7,32% Nacional	65,85% originais 31,71% de outros sites 2,44% fora da equipe principal	58,54% Local 34,15% Regional 7,32% Nacional
Meio News	97,27% SIM 2,73% NÃO	0,93% Local 36,11% Estadual 23,15% Nacional 39,81% Internacional	100% originais	100% local
O Dia	76,47% SIM 23,53% NÃO	17,65% Local 38,24% Estadual 32,35% Nacional 8,82% Internacional	100% originais	100% local

Fonte: Construção dos autores deste artigo (2026).

Os cinco principais portais do Piauí que fazem crossmedia produziram juntas 443 materiais sobre Inteligência Artificial durante o ano de 2025 (entre as datas de 01 de janeiro e 31 de dezembro).

Nota-se que foram O Dia, o Meio News e o A10+ os portais que tiveram maioria em foco na evolução em I.A., e os demais com mais matérias que só mencionam a tecnologia como suporte para outro assunto. sendo o Cidade Verde o que mais produziu, com 230 matérias e 31,90% delas focadas em I.A. O A10+ foi o que menos produziu com 29 matérias e 86,21% delas focadas em I.A. número que corresponde a um total de 25 notícias. Quatro dos principais sites focaram o seu direcionamento em conteúdos

estaduais, matérias que tem um sentido maior para as pessoas dessas regiões, o foco no Piauí não foi a escolha do Meio News que produziu 39,81% de seu conteúdo com conteúdo internacional.

No site G1 Piauí identificamos uma limitação metodológica relevante. Por estar integrado à rede nacional de portais do Grupo Globo, seu mecanismo de busca agrega conteúdos de diferentes regiões do país, o que dificulta a filtragem precisa de matérias exclusivamente relacionadas ao Piauí.

Mesmo com a aplicação de recortes temporais específicos, os resultados não seguem uma ordenação cronológica consistente. A primeira notícia encontrada aparece no dia 31 de janeiro de 2025, com o nome “Série do JN mostra como a educação pode aproveitar benefícios da inteligência artificial” mesmo ela não sendo do portal G1 Piauí ela aparece recorrentemente nas nossas pesquisas, pois relaciona o território piauiense e a Inteligência Artificial, sendo de fato a primeira notícia sobre o tema do ano no portal é do dia 19 de setembro de 2025, ou seja 97,56% das notícias sobre Inteligência Artificial foram postadas em menos de um terço do ano.

O Dia publicou 34 matérias sobre Inteligência Artificial, com sua primeira matéria no dia 28 de janeiro de 2025 intitulada “Ministro das Comunicações anunciará investimentos em câmeras com inteligência artificial em Teresina”. O site, que é pertencente ao grupo mais longo do Piauí, publicou 76,47% de matérias focadas na inovação da tecnologia, e em sua maioria dentro do estado, com 20 matérias das 34 publicadas focadas no Piauí durante todo o ano. O design do site não deixa claro quais matérias são copiadas de outros portais. O mesmo ponto acontece com matérias patrocinadas pois mesmo com temas típicos de se ver em matérias pagas, como implantações de novas tecnologias ou medidas importantes para o estado, nenhuma sinalização de material publicitário aparece.

O Cidade Verde foi quem mais fez material sobre o assunto, com mais de 230 materiais totalizando 51,92% das matérias produzidas durante todo o ano de 2025, sendo a primeira “Geração beta: 2025 marca o nascimento da nova geração” no dia 05 de janeiro de 2025.

Ao contrário do portal O Dia, o Cidade Verde tem matérias não originárias creditadas principalmente do seu portal nacional o SBT News, mas também diversos sites em escala nacional ou internacional como o: Estadão de Conteúdo, Folhapress, Agência

Brasil, CNN Brasil e até internacionais como Reuters (Reino Unido), Forbes (Estados Unidos) e The Wall Street Journal (Estados Unidos).

Mas há também 11 notícias sem créditos, nem do portal nem de terceiros, com a área correspondente completamente vazia. Sobre as publicidades assim como O Dia ele não apresenta de maneira alguma quais conteúdos são patrocinados.

O Meio News traz 108, matérias, com 97,27% com o foco em I.A., e apenas uma matéria sobre acontecimentos do gênero da capital Teresina, grande parte de seus conteúdos tratam de novas ferramentas de IA ou *features* novas, podendo ir de previsões feitas por essas ferramentas na suposição de placares de jogos e vídeos gerados pela tecnologia. Analisamos que 39,41% desses conteúdos são internacionais, com materiais creditados a sua editora.

A primeira notícia do ano do portal é do dia 31 de janeiro de 2025 com o título “Piauí lançará em fevereiro primeira Inteligência Artificial soberana em português”

Assim como o portal O Dia não há sinalização de adaptações de outros sites, mesma coisa com seus materiais publicitários, caso exista não é informado.

O portal A10+ foi o que menos produziu nesse período conteúdos sobre Inteligência Artificial, com o total de 29 matérias em sua maioria com o foco no Piauí e as novidades do tema no estado, sendo sua primeira sobre “Uespi anuncia bolsas para mestrado e doutorado em Inteligência Artificial nos Emirados Árabes Unidos” no dia 12 de fevereiro de 2025.

O site apresenta maior transparência quanto à origem das informações, frequentemente indicando fontes externas ou complementando com informações institucionais. No entanto, assim como os demais (com exceção parcial do G1), não há sinalização clara de conteúdos patrocinados.

Quais as consequências, reflexões e ponderações acerca do conteúdo encontrado nesses cinco veículos webjornalísticos piauienses que fazem crossmedia?

Consequências contemporâneas do webjornalismo no Piauí que fazem crossmedia nas mediações sobre Inteligência Artificial

Com base nos dados levantados e mostrados nas *Tabelas 1 e 2*, surgiram algumas dúvidas: por que não foram postadas matérias sobre Inteligência Artificial no portal G1 Piauí em nove meses? Será que nossa forma de pesquisa falhou?

O fato é que o sistema de busca do G1 Piauí deixa a possibilidade do erro (caso as matérias tenham sido publicadas). Mas algo que é importante de ser ressaltado é como o *layout* destaca as notícias patrocinadas, diferindo das matérias comuns (e eminentemente jornalísticas) dos veículos deixando claro para o público e aparecendo em destaque na miniatura, com 36,59% matérias patrocinadas do G1 Piauí. De todos os veículos estudados este é o único que informa a diferenciação entre material eminentemente jornalístico e materiais publicitários ou propagandísticos.

Os quatro dos principais meios de comunicação do estado não apresentam uma sinalização de matéria patrocinada dentro de suas editorias, a falta dessa informação pode afetar a credibilidade do jornalismo do estado.

Algo que pode ser questionado é se esses portais que teoricamente não têm matérias patrocinadas, recebem investimento do Governo do Estado?

Pois o G1 Piauí tem suas matérias patrocinadas em sua grande maioria pelo poder público estadual piauiense. De acordo com o demonstrativo das unidades gestoras desdobrado pela fonte de recursos, como consta no artigo 11 da LDO – Lei de Diretrizes Orçamentárias, como constado pela Assembleia Legislativa do Piauí (2026), a Secretaria de Comunicação do Piauí gastou R\$ 55.332.980,00 durante o ano de 2025, logo surge a dúvida, por que o governo só investiria em um único meio de comunicação (teoricamente) que fez matérias sobre Inteligência Artificial apenas um terço do ano, e que não menos fez nenhuma notícia sobre o projeto SoberanIA, I.A. criada pelo Governo do Estado, assunto esse que os outros sites noticiaram ao menos duas vezes em 2025.

Uma das possíveis interpretações é que esses meios publicaram essas notícias pelo seu critério de noticiabilidade e que sua editoria acha relevante, outra é que esses sites não informam quais das suas matérias é conteúdo publicitário ou não, podendo tornar dúbio ao leitor a credibilidade desse portal, pois pode existir um viés a respeito do direcionamento da informação tornando elas questionáveis e, consequentemente, também questionamento sobre os próprios veículos.

O portal Meio Norte foi o que mais criou conteúdo focado em Inteligência Artificial, com 97,27% das produções, totalizando 105 matérias, sendo o que mais produziu conteúdo internacional.

O primeiro lugar com 230 matérias públicas, o portal Cidade Verde tem 31,90% das matérias focadas em I.A., número que pode representar uma minoria comparada ao

Meio Norte, mas representa 73 notícias, mais que a metade das publicadas pela outra. Algo que pode ser observado são pequenos deslizos de qualidade para ela chegar em primeiro lugar, com 11 matérias sem crédito, nenhum tipo de representação de jornalista ou portal onde a matéria pode ter sido copiada, um desses enganos está na matéria “I.A. está cada vez mais inserida na vida do brasileiro” publicada no dia 20 de fevereiro de 2025 que não informa que é o responsável pela notícia, outro deslize acontece na matéria “Santos aguarda chegada de Neymar e espera anunciar contratação nesta semana” matéria publicada no dia 27 de janeiro de 2025 e também 28 de janeiro de 2025, as matérias são iguais tendo como diferença algumas fotos da rede social do jogador.

Em termos gerais nota-se uma tentativa de midiatização de conteúdos nos veículos webjornalísticos que fazem crossmedia e, dependendo do tipo de meio, os conteúdos de Inteligência Artificial têm mais ou menos destaque, bem como também sobre esses conteúdos serem advindos de publicidade estatal ou serem totalmente jornalísticos.

Considerações

O tema Inteligência Artificial, foi exponencialmente mais publicado em 2025 que no ano de 2024, quando Airton Paz e Orlando Berti (2025)⁵ realizaram levantamento semelhante, mostrando como esses meios de comunicação não exploraram muito o campo no ano de 2024.

Nesta primeira pesquisa o portal A10+ ainda não existia.

Logo com esses novos dados como a publicação de 195 notícias a mais, nota-se uma perceptível mudança de assuntos dentro desses meios como o foco a mais do portal Meio Norte com as notícias locais e a quantidade de matérias postadas pelo site Cidade Verde, que foi o que representou mais da metade de todo o conteúdo dos veículos estudados e que tem dado amplo destaque à temática.

Muniz Sodré, citado por Biernath e Silva (2015), destaca que o quarto poder exercido pela imprensa, antes representante do público nas discussões políticas, tornou-se um inibidor do papel ativo da população, ou seja o que por muito tempo foi um aliado das lutas sociais (a imprensa) hoje pode ser um material para submissão da população, dependendo do que é mediado.

⁵ Também autores deste texto.

O fato desses portais não publicarem as fontes dessas notícias torna questionável seu papel em trazer a informação real da sociedade.

Mostra que até em assuntos contemporâneos o jornalismo em suas diversas formas necessita diferenciar seus conteúdos e de suas formas entre serem editoriais, informativos e publicitários ou propagandísticos.

Não basta ser só crossmedia, ter vários canais e várias formas de mediações informacionais, é mais que necessário que o Jornalismo continue informando e formando, com assuntos novos ou não tão novos, sendo a Inteligência Artificial um deles, mas sempre promovendo o tradicional que é mediar informações com a verdade e sempre tendo ela como ponto crucial de suas ações.

Referências

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PIAUÍ. **Constituição do Estado do Piauí**. Disponível em: <https://www.al.pi.leg.br/servicos/esic-ouvidoria/Ouvidoria/20250729094712/constituicao-do-estado-do-piauui.pdf>. Acesso em: 04 jun. 2026.

BARBOSA, Susana. **Bases de dados e webjornalismo: em busca de novos conceitos**. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Suzana-Barbosa-5/publication/267693352_Bases_de_dados_e_webjornalismo_em_busca_de_novos_conceitos/links/55a65efe08ae25a698e01f20/Bases-de-dados-e-webjornalismo-em-busca-de-novos-conceitos.pdf. Acesso em: 22 mai. 2026.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo**. Teresina: EdUESPI, 2023.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Sites do Piauí**. História e atualidades do Webjornalismo piauiense. Teresina: EdUESPI, 2026.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Webjornalismo no Piauí**. Teresina: EdUESPI, 2020.

BIERNATH, Carlos Alberto Garcia; SILVA, Marcelo da. **Entre subjetividade, manipulação e efeito de verdade: problemáticas do jornalismo como “Quarto Poder”**. Bauru: Revista Multiplicidades, v. 6, a. 5, 2015, pp. 85-99.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**. Considerações gerais sobre jornalismo na web. Covilhã: Labcom, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. São Paulo: Zahar, 2003.

CHARRON, Jean; DE BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2023.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2022.

JORGE, Thaís de Mendonça. **A notícia em mutação**: estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. Brasília: Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da UnB – Universidade de Brasília, 2007.

LOURENÇO, Jaime. **Jornalismo cultural no quadro europeu**: transformações e evoluções. Lisboa: Repositório Camões. Disponível em: <https://repositorio.ual.pt/handle/11144/5525>. Acesso em: 06 jun. 2026.

MARTINEZ, Monica. **Jornada do herói**: a estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo. Florianópolis: Insular, 2022.

MIGUEL, Luis Felipe. **O jornalismo no novo ambiente comunicacional**: uma reavaliação da noção do “jornalismo como sistema perito”. São Paulo: Revista Tempo e Sociedade, v. 34, n. 2, 2022, pp. 195-216.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **The environmental cost of Artificial Intelligence**: carbon, water, and land footprints. Disponível em: <https://unu.edu/inweh/collection/environmental-cost-of-AIs-Enrgy-Use-Carbon-water-and-land-footprints>. Acesso em: 07 jun. 2026.

PAZ, Airton Paz Carneiro dos Santos; BERTI, Orlando Maurício de Carvalho Berti. **A Inteligência Artificial na mídia webjornalística piauiense que faz crossmedia**. Vitória: Anais do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2025.