

## **O Uso de Robôs no Jornalismo: Um Estudo da Fátima no WhastApp<sup>1</sup>**

Laura Rayssa de Andrade CABRAL<sup>2</sup>

Rita de Cássia Romeiro PAULINO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC

### **RESUMO**

Diversas organizações jornalísticas no Brasil fazem uso de robôs em mídias sociais ou aplicativos de mensagens. A Fátima, por exemplo, é uma robô que atua no WhatsApp e pertence à agência Aos Fatos. Para tanto, este artigo busca refletir sobre o uso de robôs no jornalismo, a partir de um estudo de caso (YIN, 2001) da robô Fátima no WhatsApp. Os principais resultados deste estudo destacam que o uso de robôs no jornalismo é uma tendência, que está se fortalecendo cada vez mais.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; automatização; inovação; robôs; WhatsApp.

### **INTRODUÇÃO**

Com a popularização das mídias sociais, houve também o surgimento de robôs e sistemas automatizados, através da interface homem-máquina. No jornalismo, os robôs são normalmente utilizados para a escrita de pequenos textos ou para a interação com a audiência. A maioria desses robôs utiliza Inteligência Artificial (IA), e faz parte das inovações de organizações jornalísticas no Brasil e no mundo.

Para tanto, este trabalho tem como objetivo geral refletir sobre o uso de robôs no jornalismo, e como objetivos específicos: a) Descrever o perfil da Fátima no WhatsApp e b) Evidenciar os tipos de conteúdos publicados no perfil. O método é o estudo de caso (YIN, 2001), que será detalhado mais adiante.

Os principais resultados do estudo apontam que o uso de robôs no jornalismo é uma tendência. Principalmente, em mídias sociais ou aplicativos de mensagens, tendo em vista que a sociedade faz uso constante desses ambientes.

### **DESCRIÇÃO DO OBJETO E METODOLOGIA**

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor/UFSC), e-mail: [laurandradec@gmail.com](mailto:laurandradec@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Programa Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJor/ UFSC), e-mail: [rcpauli@gmail.com](mailto:rcpauli@gmail.com).

De acordo com a Aos Fatos<sup>4</sup>, o foco da Fátima no WhatsApp era a pandemia da Covid-19, motivo pelo qual ela foi lançada no aplicativo de mensagens em maio de 2020, exatamente na mesma época que a pandemia estava iniciando.

Contudo, as atividades da robô se ampliaram para outras temáticas. Uma vez que a agência decidiu comemorar seus cinco anos de existência, em julho de 2020, com a entrega de checagens para assuntos relacionados, também, à agenda nacional.

Portanto, nosso objeto de estudo é o perfil da robô Fátima no WhatsApp, e como metodologia utilizaremos o estudo de caso, em razão de sua efetiva contribuição para a compreensão dos fenômenos sociais (YIN, 2001; GIL, 2008) na pesquisa científica.

## **O USO DE ROBÔS NO JORNALISMO**

Na década de 1950, com o objetivo de fazer com que sistemas pudessem pensar e agir de forma semelhante aos humanos, emergiu a Inteligência Artificial (IA). Autores como Damasceno e Vasconcelos (2018) e Hammond (2015), argumentam que o termo foi discutido pela primeira vez em 1956, pelo pesquisador Stanford John McCarthy, ocasião em que também foi apresentada sua missão que, resumidamente, apontava para a tentativa de descobrir como fazer com que máquinas pudessem resolver problemas até então restritos aos humanos, e, ao mesmo tempo, aprender com seus acertos e erros para resolver novos problemas por si só.

Assim, a partir da função da IA, que, basicamente, busca desenvolver soluções para resoluções de problemas, no contexto do jornalismo, esta passou a ser utilizada em vários aspectos e perspectivas, seja na constituição de plataformas para veiculação de conteúdos, nos produtos jornalísticos como os *newsgames*, nas narrativas de Realidade Virtual (RV) e Realidade Aumentada (RA), nas notícias escritas por *softwares*, nos robôs, etc.

Dito isto, a maioria dos teóricos que escreve sobre IA utiliza o Teste de Turing como referência para explicar a origem desse campo que, embora não seja recente, com o avanço das tecnologias, se torna mais complexo e apresenta novos desdobramentos.

Conforme Araújo (2019), o Teste foi proposto pelo britânico Alan Turing, em 1950, para saber se as máquinas poderiam pensar. Porém, ele esbarrou em um dilema, pois “para dizermos que alguma coisa pensa é preciso que ela tenha consciência, que ela

---

<sup>4</sup> Agência de jornalismo independente, especializada em checagem de conteúdos.

tenha sentimentos, que ela tenha uma espécie de vida mental?” (ARAÚJO, 2019, p. 14-15). Entretanto, “ao invés de se perguntar se máquinas pensam, a questão passa a ser se máquinas são capazes de ‘imitar’ de modo convincente o comportamento de seres humanos naquelas situações em que as pessoas conversam” (ARAÚJO, 2019, p. 15).

E, segundo Araújo (2019), foi a partir dos pressupostos elencados por Turing que, em 1966, surgiu o primeiro experimento de robô (*chatbot*)<sup>5</sup>, denominado Eliza, em que após essa primeira iniciativa muitas outras foram surgindo ao longo do tempo.

É nessa retomada ao tempo, portanto, que podemos visualizar a apropriação da tecnologia pelo jornalismo especialmente no uso de robôs, uma prática que a cada dia se torna mais recorrente seja, por exemplo, para interação com a audiência na perspectiva da interação homem-máquina, ou no combate à desinformação atuando nas redes sociais digitais ou aplicativos de mensagens, como é o caso da Fátima, objeto deste estudo, que será detalhado a seguir.

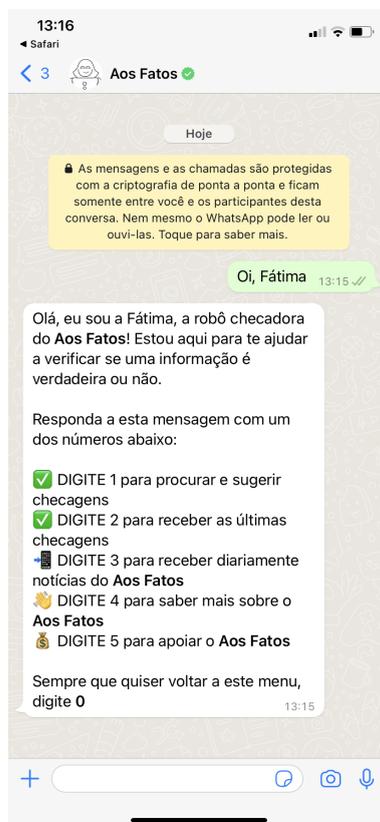
## **A ROBÔ FÁTIMA NO WHATSAPP**

Inicialmente, a robô Fátima envia uma mensagem detalhando todos os serviços que podem ser obtidos através da conversa no seu perfil no WhatsApp. A mensagem possui características semelhantes a uma conversação e exibe opções de comandos que o usuário pode fazer através de uma numeração, que varia de 1 a 5 (Figura 1).

---

<sup>5</sup> É um tipo de *software* de conversação desenvolvido para interagir com humanos em diferentes plataformas.

Figura 1 - Tela da conversa com a primeira mensagem enviada

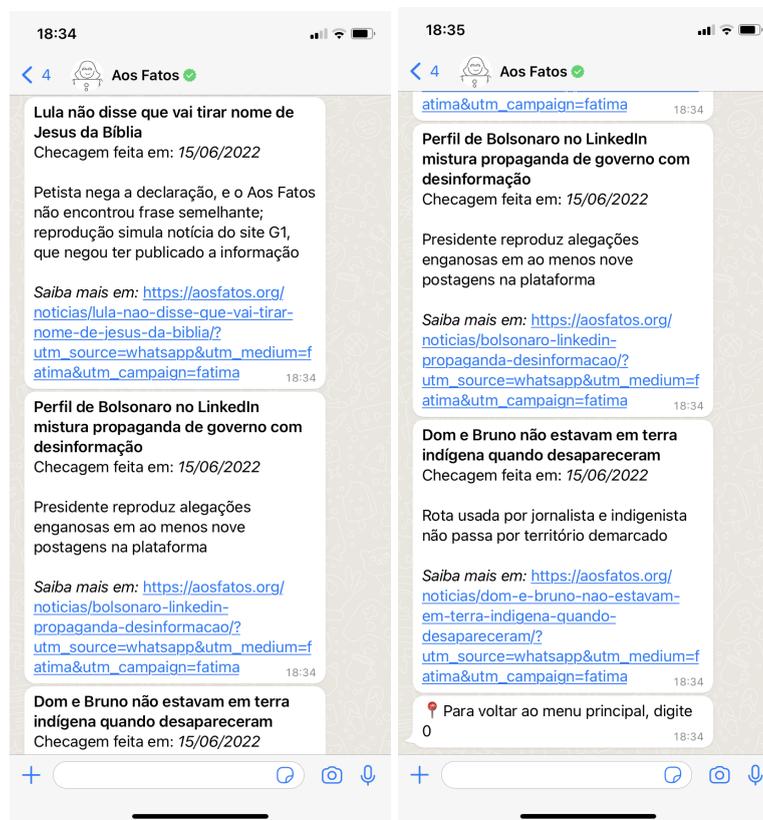


Fonte: Reprodução do WhatsApp (2022).

Realizamos uma testagem das funcionalidades da robô no dia 17 de junho de 2022, solicitando as últimas checagens. Em resposta, a Fátima enviou três checagens, todas do dia 15 do mesmo mês, ou seja, de até dois dias antes. Duas checagens eram oriundas de publicações que circulavam nas redes sociais e a terceira era sobre uma análise realizada pela Aos Fatos no perfil do presidente do Brasil à época, Jair Messias Bolsonaro, em uma rede social.

As mensagens continham uma espécie de título, data da checagem, uma pequena descrição com informações complementares ao título e um *link* direcionando o usuário para o site da agência, onde lá ele poderá obter mais informações sobre o conteúdo da checagem (Figura 2).

Figura 2 - Telas com as checagens enviadas pela robô



Fonte: Reprodução do WhatsApp (2022).

É possível que, apenas com o conteúdo das mensagens enviadas pela robô, os usuários sintam-se informados sobre os respectivos assuntos, já que as principais informações estão contidas no texto das próprias mensagens. Contudo, clicando no *link*, o usuário é direcionado para uma página no site da agência que contém o conteúdo mais aprofundado, em formato de notícia ou reportagem, também apresentando, na íntegra, a peça de desinformação sobreposta por uma etiqueta de identificação.

E acerca dos recursos audiovisuais que materializam as informações checadas pela agência, como vídeos, por exemplo, em muitas ocasiões é possível reproduzi-los dentro da própria página do site e assisti-los por completo. Ou seja, cabe ao usuário decidir se quer consumir um conteúdo mais denso, ou se está satisfeito apenas com as informações enviadas pela robô no WhatsApp.

Como a Fátima é uma robô criada por uma agência especializada em checagem de fatos, o foco dela também gira em torno do mesmo objetivo, com funcionalidades que auxiliam no trabalho de combater a desinformação. Assim, um exemplo de formato

utilizado para atuar neste sentido é o boletim de notícias da agência, uma espécie de *newsletter* que o usuário passa a receber no WhatsApp, automaticamente, todos os dias, até que ele mesmo decida não querer mais receber as informações.

Com o boletim, até mesmo sem o conhecimento prévio sobre o que circula nas mídias sociais, ao receber um compilado de informações dessa natureza, o usuário fica ciente dos conteúdos que estão em maior circulação e, também, esclarecido sobre a veracidade dessas informações.

Na testagem, não obtivemos resposta da robô ao enviar áudios, bem como não conseguimos realizar ligações, pois a chamada não era completada. Contudo, a Fátima mostrou ser capaz de interagir no envio, por parte do usuário, de *links* e imagens.

Enviamos para ela um *link* de um site da revista Superinteressante, da Editora Abril, com um conteúdo sobre o que comer depois do treino<sup>6</sup>. Imediatamente, a robô respondeu com uma mensagem informando que o *link* se tratava de um site jornalístico profissional. Ela também sugeriu que, se o usuário tiver dúvidas sobre a veracidade do *link*, entre em contato com a própria redação para alertá-la.

Ressaltamos que o excesso de boatos, informações descontextualizadas ou falsas é uma realidade na era da pós-verdade<sup>7</sup>. Ter ferramentas que auxiliem o jornalismo a democratizar informações checadas e aprofundadas, é essencial para garantir que os serviços de checagem de conteúdos alcancem um número considerável de pessoas.

## CONCLUSÃO

O uso de robôs no jornalismo é uma prática que está se tornando cada vez mais recorrente. Seja como um produto inovador ou uma tecnologia para automatização, essa é uma tendência que mais organizações jornalísticas devem incorporar em sua rotina. Tendo em vista que, esses sistemas foram desenvolvidos para serem capazes de resolver problemas por si mesmos, com pouco ou nenhum intermédio do ser humano, o que torna-se viável nesta era de ampla disponibilidade de dados.

Percebemos que, no WhatsApp, a robô Fátima responde prontamente, e leva poucos segundos para interagir com o usuário. As mensagens enviadas como resposta às

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://super.abril.com.br/saude/depois-do-treino-voce-pode-comer-o-que-quiser/amp/>  
Acesso em: 22 jun. 2022.

<sup>7</sup> Uma terminologia criada para classificar essa era em que o conceito de verdade é mais associado às crenças populares e à emoção das pessoas.

solicitações de checagens, durante as nossas testagens, quase sempre apresentavam um pequeno texto com as principais informações checadas pela agência. Apresentavam também um *link* que sempre direcionava para o site da agência, ou seja, para sua base de dados, que continha um material mais denso e melhor trabalhado sobre as temáticas em tela.

Por fim, acreditamos que os objetivos do resumo foram alcançados, ainda que estejam longe de finalizar essa discussão. Como sugestão para novas pesquisas na área, indicamos o estudo de outros robôs, que possam contribuir com o meio acadêmico e proporcionar benefícios para o trabalho jornalístico e a sociedade.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. **Novas tecnologias e dilemas morais**. São Paulo: KDP, 2019.

DAMACENO, S; VASCONCELOS, R. Inteligência Artificial: uma breve abordagem sobre seu conceito real e o conhecimento popular. **Ciências exatas e tecnológicas**, v.5, n.1, p. 11-16, out, 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

HAMMOND, K. Practical artificial intelligence for dummies. 2015. Disponível em:  
[http://gunkelweb.com/coms493/texts/AI\\_Dummies.pdf](http://gunkelweb.com/coms493/texts/AI_Dummies.pdf). Acesso em:  
12 abr. 2023.

YIN, R. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. 2ª ed. Bookman, Porto Alegre: 2001.

Disponível em:

[https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia\\_da\\_pesquisa\\_estudo\\_de\\_caso\\_yin.pdf](https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf). Acesso em: 15 abr. 2023.