

Impactos da inteligência artificial para os jornalistas: perspectivas e reflexões¹

Gustavo Teixeira de Faria PEREIRA²

Iluska Maria da Silva COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

O objetivo deste trabalho é refletir sobre o uso de recursos de inteligência artificial no jornalismo. Para tal, tomamos como metodologia a pesquisa bibliográfica (Fonseca, 2002), buscando textos acadêmicos que possam trazer contribuições substanciais acerca do tema. Deste modo, apresentamos como resultados preliminares que a presença de ferramentas de inteligência artificial tem-se feito presente de forma inicial no jornalismo, mas com uma potencialidade latente para sua utilização como forma de aprimorar processos e rotinas produtivas, mas com ressalvas acerca da utilização da IA como substituta às atividades a serem desenvolvidas por jornalistas.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Inteligência artificial; Jornalismo; Credibilidade; Jornalistas.

Introdução

Assumindo a expansão tecnológica, bem como das mídias e das plataformas de redes sociais, o ambiente digital tem se colocado cada vez mais como um espaço de circulação de conteúdos jornalísticos. Atualmente, além de produções nativas nesse ecossistema, grande parte dos meios de comunicação de massa, atualmente, utilizam as mídias digitais como locais para produção e reprodução de seus materiais. Soma-se a isso o aumento anual de domicílios com acesso à internet no Brasil, 91,5% das residências, segundo dados do IBGE de 2022.

Além disso, é possível observar que cada vez mais novos atores sociais digitais (Anderson, 2006; Pereira, 2023), o que inclui jornalistas e meios de comunicação de caráter jornalístico, passaram a ocupar a web para a propagação de conteúdos, a que Becker (2021) conceitua como “plataformização da sociedade”.

Isto ocorre porque, tal como descreve Shirky (2011), grande parte dos usuários que estão conectados à internet têm capacidade técnica para desenvolver conteúdos em rede, o que aumenta o número de atores sociais digitais e a participação em produtos comunicacionais (massivos ou digitais).

E neste cenário que se apresenta entre o digital e a comunicação/jornalismo, questões como midiaticização (Soster, 2006; Hjarvard, 2014), algoritmos (Pierro, 2018) e mediações

¹ Trabalho apresentado no GT04SE - Comunicação e Inteligência Artificial, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024

² Professor Substituto na Facom-UFJF, Doutor em Comunicação (PPGCom-UFJF), membro do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA) e da Rede Telejor. gustavo.tfp7@gmail.com

³ Professora Titular da UFJF, coordenadora do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA), desenvolve pesquisas com financiamento do CNPq e UFJF. iluska.coutinho@ufjf.br

algorítmicas (Winques, 2024) e inteligência artificial (Kaplan; Haenlein, 2020; Kaufman; Santaella, 2020) passam a exercer uma influência cada vez maior nas rotinas produtivas jornalísticas e nos modos de produção e consumo de informações.

Deste modo, o objetivo do presente trabalho é o de identificar possíveis transformações no jornalismo a partir da expansão digital e da utilização de recursos de inteligência artificial nos processos noticiosos. Para tal, tomamos como metodologia a pesquisa bibliográfica (Fonseca, 2002).

Inteligência artificial e suas perspectivas

Apesar de considerarmos as muitas variáveis que compõem este novo *ecos* midiático, no presente trabalho nos centraremos em promover reflexões e considerações acerca dos impactos da inteligência artificial para o jornalismo.

Ao conceituar inteligência artificial, Estevanim (2017) afirma que o termo está ligado à automação e à autonomia de máquinas em realizar tarefas consideradas complexas e que normalmente eram feitas por humanos. Deste modo, por meio dos algoritmos e dos *softwares*, a inteligência artificial passa a funcionar como uma “mente humana”.

Já Kaplan e Haenlein (2020) reiteram que a inteligência artificial consiste na capacidade que um sistema automatizado possui de ler, compreender e interpretar dados, com o intuito de atingir objetivos e realizar tarefas que demandem conhecimento por meio do que chamam de “adaptação flexível”.

Assim, ao absorver os dados, que podem chegar em vários formatos (numéricos, textuais, imagens, vídeos, etc.), o sistema de inteligência artificial cria uma espécie de “mente”, que será baseada nas informações que este sistema recebe, de modo a conseguir realizar ações sem a dependência humana.

Neste sentido, faz-se necessário pontuar que, apesar de ser um fenômeno atual, de acordo com guia elaborado pela Prodigioso Volcán (2022), que tem como título: “IA para jornalistas: uma ferramenta a ser explorada”⁴, os primeiros indícios da inteligência artificial na sociedade e na vida das pessoas são registrados em 1950, com a obra “Computing Machinery and Intelligence”, de Alan M. Turing, e em 1958, quando John McCarthy criou a “LISP”, primeira linguagem que gerenciou um processamento simbólico não numérico.

Ainda nesta “linha do tempo” da evolução da inteligência artificial no mundo, destacamos eventos como a criação da “Wave”, primeira linguagem de programação textual

⁴ No original, em espanhol, o guia está intitulado como: IA para periodistas: una herramienta por explotar

para robôs, ocorrida em 1973; o lançamento do filme de ficção científica “Blade Runner”, em 1982, que trouxe ao debate a questão da IA para os cinemas; a concepção de um android capaz de conversar em linguagem de sinais, ocorrida em 2014 a partir de uma parceria entre a Universidade de Osaka e a Toshiba; e publicação feita pela Open IA em 2020 do Chat GPT-3, modelo de linguagem autoregressivo que utiliza recursos de inteligência artificial profundos para produzir textos similares aos humanos (Prodigioso Volcán, 2022).

Contudo, cabe destacar que todo e qualquer sistema de inteligência artificial, apesar de funcionar como uma espécie de “mente humana” que adquire independência e passa a agir “por si só”, em sua criação e desenvolvimento é programado por seres humanos (Jobin *et al.*, 2019).

Ao abordar a questão dos algoritmos e da inteligência artificial voltada para as redes sociais digitais, Kaufman e Santaella (2020) destacam a promoção de um modo de atuação cada vez mais personalizado e baseado em um ranqueamento que leva em conta diversos fatores. Isso resulta na formação das chamadas "bolhas", que tendem a se ampliar à medida que mais pessoas se conectam com outras que possuem afinidades em temas e publicações e, conseqüentemente, esse fenômeno acaba aumentando o número de nós entre os usuários de uma determinada rede social digital.

Tal questão vai de encontro ao cenário jornalístico no Brasil, no qual percebe-se, sobretudo no telejornalismo, meio de comunicação com maior penetração no território nacional, estando presente em 75,3 milhões ou 94,9% dos domicílios particulares permanentes do país (IBGE, 2022), uma personalização cada vez maior acerca da figura dos jornalistas, principalmente em um contexto de disputa por credibilidade (Coutinho, 2023). Neste contexto, observa-se diferentes perspectivas relativas à inteligência artificial que tem promovido modificações também no jornalismo.

Evidências preliminares: possibilidades entre o jornalismo e a IA

Com o intuito de promover considerações e reflexões sobre a atuação da inteligência artificial no jornalismo, utilizamos como método a pesquisa bibliográfica, que segundo Fonseca (2002), é “feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites” (p. 32).

A partir de então, buscamos trabalhos que tenham como tema a inteligência artificial e o jornalismo, de modo a trazer contribuições pertinentes para o campo e a fim de expandir os

referenciais bibliográficos referentes ao termo. As buscas foram feitas pelo Google Acadêmico⁵, a partir de textos em língua portuguesa e espanhola, considerando os principais resultados obtidos.

Iniciando esta exploração bibliográfica, um primeiro impacto a ser apontado é ampliação da cobertura midiática possibilitada pela inteligência artificial, de modo que o jornalismo consiga acessar e abranger fatos e acontecimentos noticiosos que anteriormente não eram tão fáceis de serem encontrados (López; Ceide, 2022).

Além disso, os recursos da IA também têm sido utilizados na produção de conteúdos textuais, visuais, em áudio e audiovisuais, contribuindo desde a gravação até a edição, facilitando o trabalho dos produtores de conteúdo.

Um segundo tópico identificado foi o uso de recursos de inteligência artificial na investigação de pessoas e documentos. Ao investigar sobre o uso da IA na investigação de políticos e contratos públicos, Furtado (2022) indica a sua eficiência enquanto mecanismo capaz de auxiliar na apuração jornalística, como por exemplo no combate à corrupção. A autora argumenta ainda que neste cenário, a inteligência artificial é programada por seres humanos com o intuito de se tornarem “repórteres-robôs” que são capazes de converter dados em textos de notícias narrativas (Carlson, 2015).

Uma terceira constatação é o uso da inteligência artificial em questões como planejamento, programação e otimização de tarefas de modo a conseguir processar elevados volumes de dados, bem como interagir em plataformas de mídias digitais (Santos; Ceron, 2022).

No entanto, os autores apontam como ressalva a dependência de apoios de empresas de tecnologias, o que limitaria o potencial da IA na indústria de mídia a um número restrito de meios de comunicação, além do caráter preliminar do uso de recursos de inteligência artificial nas redações jornalísticas, cumprindo com tarefas básicas e muito mais organizacionais do que de produção de conteúdo informativo.

Uma quarta forma observada é a utilização de aplicativos de jornalismo e do cruzamento de informações de inteligência artificial como fatores decisivos na curadoria da informação. Se retomarmos a pandemia da Covid-19, no qual a credibilidade dos conteúdos era ainda mais importante, por se tratar de informações delicadas, o uso destes aplicativos de

⁵ Plataforma virtual de pesquisa que lista e organiza textos completos ou metadados da literatura acadêmica. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/schhp?hl=pt-BR>

jornalismo se mostrou como uma possibilidade viável para a propagação de materiais com credibilidade (Pase *et al.*, 2022).

Por fim, ao analisarem o cenário brasileiro, Essenfelder e Sant'Anna (2022) reiteram que apesar de haver muitas possibilidades de utilização da inteligência artificial no jornalismo, ao recortarmos para o cenário brasileiro essas ferramentas ainda tem sido pouco exploradas, ficando restritas a projetos pontuais. Neste sentido, cabe destacar que apesar de serem identificadas várias IAs que não mais precisam de conhecimentos acerca de linguagem de programação, tais recursos ainda não estão totalmente difundidos entre os jornalistas e as empresas de comunicação.

Retomando o objetivo central do presente trabalho, após avaliação preliminar de modificações no jornalismo que são motivadas por recursos de inteligência artificial, é possível inferir que a “parceria” entre jornalistas e inteligência artificial deve ser analisada a partir dos modos com que estes recursos são utilizados e apropriados.

Se pensarmos no uso da IA enquanto auxiliar nas rotinas produtivas, como por exemplo no armazenamento e na organização de processos jornalísticos, identifica-se uma possibilidade interessante e que tem como objetivo otimizar o trabalho, o que se coloca como uma apropriação positiva destas ferramentas.

Por outro lado, a utilização dos “repórteres robôs”, em que a proposta seria a automatização do jornalismo e de seus processos, deve ser avaliada com mais cautela, já que esta automatização pode gerar informações truncadas, mal descritas e até mesmo desinformativas, tendo em vista que o conteúdo não passaria, necessariamente, por rigorosos procedimentos de apuração e checagem, tarefas basilares da atividade jornalística.

Deste modo, trazemos como principal expoente desta investigação preliminar do uso da inteligência artificial no jornalismo a aplicação destes recursos como ferramentas capazes de aumentar a produtividade e a organização de fatos e acontecimentos, de modo que a IA seja utilizada muito mais como ferramenta capaz de auxiliar a informação e a credibilidade jornalística.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. **A Cauda Longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- BECKER, B. Reconfigurações do Jornalismo Audiovisual: um estudo da cobertura do Fantástico sobre a pandemia da Covid-19. **Lumina - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, Juiz de Fora, PPGCOM – UFJF, v. 15, n. 3, set./dez. 2021. p. 6-22.
- CARLSON, M. The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. **Digital journalism**, 3(3), 2015. p. 416-431.

- COUTINHO, I. M. S. Credibilidade como valor personalizado no telejornalismo: Vínculos tecidos em rede entre audiência e jornalistas profissionais. *In: 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, nº 45, 2023, **Anais eletrônicos [...]**. João Pessoa: Intercom, 2023. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202223155262d8b6d863b6a.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2024.
- ESSENFELDER, R.; SANT'ANNA, E. Inteligência artificial aplicada ao jornalismo no Brasil: experiências e obstáculos à adoção de tecnologias inteligentes. *In: Mobilidade e Inteligência Artificial: Os Novos Caminhos* - João Canavilhas, Catarina Rodrigues, Ricardo Morais e Fábio Giacomelli (Orgs.), Editora Labcom, 1ª ed., v. 1, 2022. p. 475 - 497.
- ESTEVANIM, M. **A experiência imersiva como tendência na comunicação**. *In: Tendências em Comunicação Digital*. SAAD, E; SILVEIRA, S. C. (orgs), v. 2, São Paulo: ECA/USP, 2017. 212 p.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FURTADO, S. D. O uso de inteligência artificial nas redações jornalísticas na guerra contra a corrupção na América Latina. *In: Mobilidade e Inteligência Artificial: Os Novos Caminhos* - João Canavilhas, Catarina Rodrigues, Ricardo Morais e Fábio Giacomelli (Orgs.), Editora Labcom, 1ª ed., v. 1, 2022. p. 421 - 444.
- HJARVARD, S. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 8, v. 1, 2014. p. 21-44. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>
- IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2022**. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua, 2022. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102040_informativo.pdf. Acesso em: 18 abr. 2024.
- JOBIN, A.; IENCA, M.; VAYENA, E. The global landscape of AI ethics guidelines. **Nature Machine Intelligence**, v. 1, 2019. p. 389-399. DOI:10.1038/s42256-019-0088-2.
- KAPLAN, A.; HAENLEIN, M. **Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence**, *Business Horizons*, v. 63, Issue 1, 2020. p. 37 - 50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>.
- KAUFMAN, D.; SANTAELLA, L. O papel dos algoritmos de inteligência artificial nas redes sociais. **Revista FAMECOS**, 27, 2020. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.34074>
- LÓPEZ, M. T.; CEIDE, C. F. Periodismo artesanal vs. periodismo artificial. *In: Mobilidade e Inteligência Artificial: Os Novos Caminhos* - João Canavilhas, Catarina Rodrigues, Ricardo Morais e Fábio Giacomelli (Orgs.), Editora Labcom, 1ª ed., v. 1, 2022. p. 23 - 28.
- PASE, A. F.; PELLANDA, E. C.; CUNHA, M. R. Apps de jornalismo como plataforma de inteligência artificial. *In: Mobilidade e Inteligência Artificial: Os Novos Caminhos* - João Canavilhas, Catarina Rodrigues, Ricardo Morais e Fábio Giacomelli (Orgs.), Editora Labcom, 1ª ed., v. 1, 2022. p. 403 - 419.
- PEREIRA, G. T. F. **Jornalismo e informação em telas: poderes, diálogo e disputa por legitimidade**. Tese de Doutorado em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2023. 269 f.
- PIERRO, B. O mundo mediado por algoritmos: sistemas lógicos que sustentam os programas de computador têm impacto crescente no cotidiano. **Pesquisa Fapesp**, nº 266, abr. 2018. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>. Acesso em: 18 abr. 2024.
- PRODIGIOSO Volcán. **IA para periodistas: una herramienta por explotar**. Prodigioso Volcán, 2022. Disponível em: <https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/prodigioso-volcan-IA-para-periodistas.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2024.
- SANTOS, M. F. L.; CERON, W. Inteligência artificial na mídia: visões atuais e projeções futuras. *In: Mobilidade e Inteligência Artificial: Os Novos Caminhos* - João Canavilhas, Catarina Rodrigues, Ricardo Morais e Fábio Giacomelli (Orgs.), Editora Labcom, 1ª ed., v. 1, 2022. p. 445 - 473.
- SHIRKY, C. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- SOSTER, D. A. Sobre miatização, mediação, poder e jornalismo. *In: BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*, v. 1, p. 1-9, 2006.
- WINQUES, K. **Mediações algorítmicas: articulação entre as dimensões simbólicas e materiais das tecnologias digitais**. Florianópolis: Insular, 2024.