

## Percepções da utilização da IA generativa na produção jornalística<sup>12</sup>

Anna Luísa Peixoto Bracarense de Magalhães<sup>3</sup>

Nara Lya Cabral Scabin<sup>4</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas

### RESUMO

Esta pesquisa visa discutir e refletir acerca da percepção de jornalistas sobre a utilização da inteligência artificial (IA) generativa na produção jornalística, com base no relatório “Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem”, produzido pela Associated Press em parceria com universidades majoritariamente localizadas no Norte Global. O estudo analisa os relatos de 292 jornalistas de diferentes regiões do mundo, abordados pela organização, e busca compreender se esses profissionais possuem um olhar crítico em relação à ferramenta. Nossa discussão é fundamentada no debate sobre inteligência artificial (KAUFMAN, 2022) e na perspectiva de Braga (2006) sobre as formas da crítica no sistema de interação social sobre a mídia. Observa-se que a aceitação da IA varia conforme fatores como localização geográfica e função dentro das redações. Além disso, aponta-se que a predominância de respostas vindas de editores e executivos sugere que as percepções podem estar enviesadas em favor dos interesses corporativos.

### PALAVRAS-CHAVE

Inteligência artificial; Jornalismo; IA generativa; Tecnologia; Crítica de mídia.

### Introdução

O uso de inteligência artificial generativa na produção jornalística tem despertado grande interesse no meio acadêmico e profissional. De acordo com Gagliardi (2022), o termo surgiu décadas atrás, enquanto o conjunto de tecnologias apareceu pela primeira vez na história em 1940, mas foi oficialmente reconhecido em 1956, durante

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT23SE Inteligência Artificial: usos e perspectivas críticas, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Este resumo corresponde a uma versão reduzida de trabalho final apresentado pela primeira autora à disciplina “Crítica da Mídia”, ministrada pelos Profs. Drs. Ercio Sena e Nara Scabin, no PPGCOM da PUC Minas, no segundo semestre de 2024.

<sup>3</sup> Mestranda de Comunicação Social da PUC Minas, email: [annabracarene@gmail.com](mailto:annabracarene@gmail.com).

<sup>4</sup> Professora do Programa de Pós Graduação em Comunicação Social da PUC Minas, email: [naralyacabral@yahoo.com.br](mailto:naralyacabral@yahoo.com.br).

uma conferência no Dartmouth College, nos Estados Unidos. Desde então, essa tecnologia seguiu presente no imaginário humano, ganhando destaque na mídia nos últimos anos (KAUFMAN, 2022). Assim, embora a tecnologia tenha sido desenvolvida há décadas, ela passou por crescimento exponencial nos últimos anos, levando a debates sobre sua influência na comunicação e na prática jornalística.

Ainda que o termo tenha sido oficializado na década de 1950, foi apenas com o surgimento do ChatGPT, em novembro de 2022, que a ferramenta foi difundida na sociedade, e suas aplicações práticas começaram a afetar o mercado de trabalho de diversas áreas, incluindo setores da comunicação. A IA generativa, em particular, destaca-se por sua capacidade de produzir conteúdos originais utilizando modelos de *deep learning* treinados em vastas bases de dados. Essa característica coloca em discussão a originalidade, autoria e confiabilidade dos conteúdos produzidos.

O avanço da IA no jornalismo segue provocando resistência e receios, especialmente entre jornalistas que veem nessa tecnologia um risco à profissão. A automatização de tarefas que antes exigiam um profissional humano reforça o debate tecnocentrista sobre a substituição de jornalistas por sistemas inteligentes. Contudo, há também aqueles que enxergam a ferramenta como um auxiliador, capaz de otimizar processos e auxiliar na produção de conteúdo.

Buscando estudar essas perspectivas, pesquisadores, em conjunto com a Associated Press, desenvolveram o relatório “Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem” (COOLS; DIAKOPOULOS; GIBBS; HELBERGER; KUNG; LI; RINEHART, 2024) – ou, em tradução livre, “IA Generativa no Jornalismo: A Evolução do Trabalho Jornalístico e da Ética em um Ecossistema de Informação Generativa”. O estudo foi realizado em dezembro de 2023 e divulgado em abril de 2024. A intenção do relatório seria compreender o cenário contemporâneo a partir de opiniões e experiências dos próprios jornalistas em relação ao uso da IA generativa na profissão. Não obstante, a presente pesquisa problematiza a apuração e resultados apresentados no documento.

### **Percepções dos jornalistas**

A IA generativa já está sendo utilizada em redações ao redor do mundo, seja para a produção de textos, organização de dados, otimização SEO e estratégias de marketing. No entanto, sua presença não é unânime e gera debates sobre seus impactos

na prática jornalística. Conforme evidenciam dados do relatório “Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem”, a aceitação da IA pelos jornalistas entrevistados varia conforme fatores como localização geográfica, experiência profissional e função dentro da redação.

Para produzir o relatório, a Associated Press, organização jornalística sediada nos Estados Unidos e que admite o uso da IA entre seus funcionários, em colaboração com instituições acadêmicas, entrevistou 292 profissionais do setor. O estudo revelou que 81,4% dos jornalistas conhecem a IA generativa e 73,8% já utilizaram a tecnologia em alguma medida. Apesar da alta adesão, os dados também indicam preocupações éticas e desafios na implementação dessa ferramenta.

Entre as principais preocupações apontadas pelos jornalistas, estão a falta de supervisão humana (questão apontada por 21,8% dos entrevistados) e a imprecisão nos conteúdos gerados (destacada por 16,4% dos profissionais ouvidos). Além disso, a ausência de treinamentos adequados foi citada como um obstáculo relevante por 18,2% dos entrevistados. Tais números demonstram que, embora a IA esteja sendo incorporada ao jornalismo, há ainda uma necessidade de diretrizes claras e treinamentos que garantam seu uso responsável.

### **Principais dados do relatório**

Os dados do relatório indicam uma crescente aceitação da IA generativa nas redações. A pesquisa revela que 69,6% dos jornalistas utilizam a IA para produção de conteúdo textual, enquanto 20,4% a aplicam na criação de conteúdos multimídia. No entanto, essa integração não ocorre sem desafios. A adaptação ao uso da IA gerou mudanças no fluxo de trabalho em quase metade dos casos estudados (49%).

Além da mudança de papéis dentro das redações, o relatório destaca o papel crescente da IA na otimização de processos editoriais. As perspectivas futuras indicam um avanço contínuo dessa tecnologia, demandando que os jornalistas desenvolvam novas habilidades para trabalhar de forma eficiente com essas ferramentas. Essa transição presume também um comprometimento das empresas na formulação de diretrizes para garantir o uso ético da IA.

### **Um olhar crítico?**

Apesar de o relatório sugerir uma aceitação crescente do uso de IA generativa por jornalistas, é necessário avaliar criticamente a abordagem quanto à implementação

dessas ferramentas. José Luiz Braga (2006) propõe o conceito de “sistema de resposta social” para descrever as interações, atividades e reações que surgem na sociedade, em relação aos discursos midiáticos, o qual pode ser aplicado nessa discussão. Braga (2006) situa, entre as diferentes modalidades de interação social sobre a mídia, o caso do subsistema crítico interpretativo, frequentemente ligado à crítica produzida por jornalistas e/ou publicizada por veículos jornalísticos. Contudo, para que essas respostas sejam genuinamente críticas, é necessário que ultrapassem a mera descrição imediata e questionem as relações entre saber e poder, oferecendo interpretações sistematizadas e aprofundadas sobre fenômenos midiáticos e/ou buscando produzir intervenções práticas sobre realidades midiáticas.

Assim, a partir da perspectiva de Braga (2006), o relatório divulgado pela Associated Press apresenta evidentes limitações, especialmente por sua representatividade geográfica e de cargos – questões que não são efetivamente problematizadas no documento. A predominância de jornalistas do Norte Global (61,7% da América do Norte e 24,8% da Europa) e a participação majoritária de editores e executivos (54,5%) indicam que o estudo pode refletir uma visão enviesada, favorecendo perspectivas de liderança em detrimento da visão dos repórteres. Isso pode influenciar os resultados, tornando-os mais alinhados aos interesses corporativos do que às reais preocupações da base jornalística.

Para além dessa perspectiva, consideramos fundamental apresentar uma crítica ao relatório considerando que o próprio título do documento destaca a “evolução do trabalho jornalístico” [sic] diante dos avanços da IA generativa. Conforme os dados apresentados, a visão do campo profissional destacado no estudo está representada majoritariamente pelos proprietários ou editores das organizações jornalísticas e não pelos profissionais, cuja presença no estudo corresponde a apenas de 18,3%. Dessa forma, quando o relatório menciona “IA generativa no jornalismo”, surge um questionamento: a pesquisa se refere aos jornalistas, entendidos como trabalhadores da indústria jornalística, ou aos interesses da própria indústria de mídia e seus porta-vozes? Em suma, o relatório não parece apresentar uma visão representativa dos interesses e anseios trabalhistas da categoria profissional em questão, desempenhando papel mais de instrumento legitimador de interesses empresariais preocupados em mercantilizar o

jornalismo com o auxílio da tecnologia do que de estudo preocupado em compreender um fenômeno social e abrir um debate crítico-reflexivo sobre ele.

### **Considerações finais**

O relatório analisado indica que a IA generativa já ocupa um espaço significativo nas redações e tende a expandir ainda mais sua presença. O alto índice de adoção da tecnologia para produção de conteúdo textual (69,6%) e multimídia (20,4%) demonstra que ela se faz útil na rotina jornalística, enquanto as mudanças nos fluxos de trabalho em quase metade dos casos analisados (49%) sugerem que um processo de adaptação segue em curso. No entanto, a incorporação dessa ferramenta na profissão não se limita a questões técnicas; envolve também desafios éticos e políticos que demandam uma abordagem crítica.

Conforme análise, ainda, embora o uso da IA generativa esteja em ascensão nas redações, essa adesão pode privilegiar interesses corporativos acima da classe trabalhadora de jornalistas diretamente envolvidos na produção jornalística. A composição dos participantes da pesquisa, predominantemente editores e executivos (54,5%), além da forte representação de profissionais do Norte Global (86,5%), sugerem que o relatório incorpora um viés ideológico significativo em relação à forma como a adoção da IA tem sido interpretada e promovida. Assim, o presente estudo traz um novo debate: a quem realmente beneficia essa “evolução”?

A abordagem crítica baseada no conceito de sistema de resposta social de José Luiz Braga (2006) permite refletir sobre o papel da IA não apenas como uma ferramenta de otimização do trabalho jornalístico, mas também como um elemento que afeta as relações entre saber e poder na área. A ausência de uma ampla representatividade dos jornalistas de base na pesquisa levanta a necessidade de mais estudos que contemplem suas percepções e experiências, garantindo, assim, um olhar mais equilibrado sobre os impactos reais da IA na prática profissional.

Diante desse cenário, torna-se imprescindível que a implementação da IA generativa no jornalismo seja acompanhada de diretrizes claras, treinamentos adequados e uma reflexão crítica que vá além da aceitação ou proibição da tecnologia. A discussão sobre seu uso não deve se restringir à questões de eficiência e à produtividade, mas também considerar seus impactos de longo prazo na qualidade da informação, na preservação dos valores éticos da profissão e em dinâmicas trabalhistas, como a

precarização da categoria e a redução da autonomia dos jornalistas. Apenas por meio desse olhar crítico, será possível garantir que a IA seja uma aliada do jornalismo e não um instrumento que comprometa sua função social.

## REFERÊNCIAS

- BRAGA, José Luiz. “O sistema de resposta social”. In: A sociedade enfrenta sua mídia. Dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006;
- COOLS, H.; DIAKOPOULOS, N; GIBBS, L; HELBERGER, N.; KUNG, E.; LI, C.; RINEHART, A. Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem. Research Gate, 2024; Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/379668724>>. Acesso em: 01 out. 2024;
- KAUFMAN, Dora. Desmistificando a inteligência artificial. Belo Horizonte: Autêntica, 2022;
- Pesquisa Unifor: Estudo avalia os impactos da IA no jornalismo - Pesquisa e Inovação - UNIFOR. Disponível em: <<https://unifor.br/web/pesquisa-inovacao/-/pesquisa-unifor-estudo-avalia-os-impactos-da-ia-no-jornalismo>>. Acesso em: 20 nov. 2024;
- SENA, E. Das percepções sobre crítica a crítica de mídia. In: Educação Escolar, Comunicação e a Crítica de Mídia, Faculdade de Educação, PUC Minas. Belo Horizonte, 2021; Disponível em: <[https://bib.pucminas.br/teses/Educacao\\_ErcioDoCarmoSenaCardoso\\_19298\\_Textocompleto.pdf](https://bib.pucminas.br/teses/Educacao_ErcioDoCarmoSenaCardoso_19298_Textocompleto.pdf)>. Acesso em: 25 nov. 2024;
- STRYKER, Cole e SCAPICCHIO, Mark. O que é a IA generativa? Ibm.com, 10 jun. 2024. Disponível em: <<https://www.ibm.com/br-pt/topics/generative-ai>>. Acesso em: 15 nov. 2024.