

Quem Escreve o seu Texto?: Uma Análise Sobre Políticas Editoriais de Portais Jornalísticos Brasileiros Acerca do Uso de IA¹

Gabriely Garcia Ferreira de Araújo²

Maria Fernanda Bacalhau Silva³

Raquel Assunção Oliveira⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar como os dez principais veículos jornalísticos brasileiros têm construído ou omitido diretrizes formais sobre o uso de Inteligência Artificial (IA) em seus processos de produção de conteúdo. A partir de uma abordagem qualitativa e documental, busca-se identificar os limites éticos, os protocolos internos e os valores editoriais mobilizados por esses veículos no enfrentamento dos desafios tecnológicos contemporâneos. A pesquisa se ancora em uma perspectiva crítica sobre autoria, ética e responsabilidade no jornalismo em tempos de automação.

PALAVRAS-CHAVE: inteligência artificial; jornalismo; autoria; ética; transparência.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, o jornalismo global tem assistido a uma transformação silenciosa, mas significativa, provocada pela ascensão da inteligência artificial (IA). O que começou como uma ferramenta auxiliar, restrita a automatizações simples, agora se consolida como um recurso estratégico e editorial (Canavilhas e Biolchi, 2024). Da apuração de dados à produção textual automatizada, a IA redefine rotinas de trabalho (Beckett e Yaseen, 2023), desafia conceitos éticos e ressignifica o papel do jornalista na cadeia produtiva da notícia.

Segundo Broussard *et al.* (2019), a incorporação desta tecnologia no jornalismo não levanta apenas questões técnicas ou operacionais, como abre um campo denso de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Tecnologia e Sociedade (GTNE09), evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: gabriely.garcia.700@ufrn.edu.com.

³ Estudante de Graduação do 4º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: fernada.bacalhau.110@ufrn.edu.com.

⁴ Professora no Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: raquel.assuncao@ufrn.br

debate sobre a sustentabilidade do trabalho humano, a confiança do público e os limites da responsabilidade editorial em tempos de produção automatizada.

No entanto, essa mecanização, assim como os meios de comunicação, não são neutros. Para Cardoso et al. (2021, p. 12), a experiência jornalística envolve sensibilidade, julgamento ético e interpretação contextual, habilidades que os modelos de IA ainda não conseguem reproduzir com fidelidade. A narrativa construída pelas máquinas reproduz um padrão algoritmo planejado, refletindo buscas e algoritmos sistematizados (Sunstein, 2017), sem o senso crítico e reflexivo exigido de um jornalista. Além disso, a produção automatizada não apresenta responsabilidade autoral, contribuindo com o enfraquecimento da própria função social do jornalismo: a de mediar, investigar e interpretar o real em nome do interesse público.

A confiança da audiência, nesse cenário, torna-se um bem cada vez mais disputado. Segundo o relatório elaborado em parceria pelo Google e a Ipsos (2024, p. 14), e que contou com a participação de 21 mil pessoas de 21 países, em 2024 o Brasil superou a média mundial no uso de inteligência artificial: enquanto a média global foi de 48%, cerca de 54% dos brasileiros afirmaram ter utilizado IA generativa.

Mas o público apresenta uma opinião de cautela quanto ao uso de IA na produção de notícias, sobretudo quando não há transparência sobre a participação da máquina no processo. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Ipsos em parceria com a Luminate (Leitão, 2024), abrangendo países como Brasil, Argentina, Colômbia e México, revelou que 57% dos entrevistados na América Latina consideram inaceitável que a inteligência artificial produza notícias com pouca ou nenhuma supervisão humana, o que evidencia a preocupação com a confiabilidade e a transparência na mediação jornalística por sistemas automatizados.

A falta de sinalização clara sobre conteúdos automatizados pode minar a credibilidade dos veículos (Karlsson, 2010), especialmente em contextos de desinformação ou uso manipulativo da tecnologia, como em campanhas políticas ou propagação de *deep fakes*.

A NOVA ROTINA INVISÍVEL

Apesar da crescente adoção de ferramentas de inteligência artificial no jornalismo brasileiro, ainda há uma lacuna significativa na produção acadêmica e nos

debates públicos sobre como as redações nacionais têm formalizado — ou não — o uso dessas tecnologias em suas políticas editoriais. Enquanto veículos internacionais, como a BBC, The Guardian e a Reuters, já divulgaram diretrizes claras para o uso de IA generativa, com ênfase em transparência, revisão humana e limites éticos, o cenário brasileiro segue marcado pela opacidade e pela ausência de normatizações consistentes.

O processo avança de forma cautelosa, mas cresce a necessidade de entender como os principais veículos da imprensa nacional estão lidando com a incorporação dessa tecnologia. Para a seleção dos veículos presentes nesta análise, utilizamos como base o *Digital News Report 2024*, realizado pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism* em parceria com a Universidade de Oxford. O relatório investiga aspectos fundamentais da relação entre público e veículos jornalísticos, como a confiança nas notícias, as plataformas preferidas pelo público, as mudanças no comportamento informativo e os impactos do uso de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial, no jornalismo. A pesquisa foi conduzida com uma amostra de 2.022 brasileiros, estratificada por faixa etária, gênero e localização geográfica, a fim de garantir uma representação adequada das diversas regiões do país.

Com base no estudo, foi possível mensurar e elaborar um *ranking* dos dez veículos brasileiros em que o público mais confia (Tabela 1).

Tabela 1 - Quão confiável os brasileiros consideram as notícias das seguintes marcas?

Marca	Confiança	Neutro	Não confiam
SBT News (inclui SBT Brasil)	62%	22%	17%
Jornal Regional ou local	61%	23%	17%
Record News (inclui Jornal da Record, R7)	60%	20%	19%
BandNews (inclui Jornal da Band)	59%	20%	20%
UOL	56%	21%	24%
Globo (inclui TV Globo, Globo News, G1)	55%	16%	29%
Folha de S. Paulo	54%	19%	27%
O estado de S. Paulo	54%	21%	25%
O Globo (jornal impresso)	54%	17%	29%
RedeTV!	52%	25%	24%

Fonte: Adaptado de Newman *et al.* (2024, p. 118-119).

Os respondentes brasileiros foram convidados a avaliar a confiabilidade das notícias de diversas marcas em uma escala de 0 a 10, onde 0 significa "nada confiável" e 10 significa "totalmente confiável". Para fins de análise, as notas de 6 a 10 foram classificadas como "Confia", 5 como "Neutro" e de 0 a 4 como "Não confia". Os entrevistados que declararam não conhecer determinada marca foram excluídos dos resultados. É importante destacar que essas pontuações refletem a percepção subjetiva do público e representam indicadores agregados de opinião pública, e não uma avaliação objetiva da confiabilidade real das marcas.

A partir do exposto, a contribuição deste trabalho está em responder à seguinte indagação: quais desses veículos são transparentes quanto ao uso de inteligências artificiais na elaboração de suas produções?

O SILÊNCIO EDITORIAL

Para entender como o jornalismo brasileiro tem lidado com a presença da inteligência artificial em suas rotinas, é fundamental observar o posicionamento destas empresas de mídia do país. Essa análise permite compreender o grau de abertura e responsabilidade editorial diante da adoção dessa tecnologia no ambiente jornalístico.

Com base nos veículos jornalísticos previamente apresentados na Tabela 1, os quais registram os maiores índices de confiança por parte do público, foi elaborada uma nova tabela composta por quatro colunas, nas quais se apresentam: (i) o nome do veículo; (ii) a existência ou não de transparência quanto ao uso de inteligência artificial em suas práticas; (iii) um breve descritivo de suas diretrizes editoriais relacionadas à incorporação de IA nas rotinas jornalísticas; e (iv) o link para acesso direto à política correspondente (Tabela 2).

Tabela 2 - Manifestações sobre o Uso de IA.

Marca	Transparência declarada	Descrição da política de uso de IA	Link para a política de uso de IA
SBT News (inclui SBT Brasil)	Não	X	X
Jornal Regional ou local	Não	X	X

Record News (inclui Jornal da Record, R7)	Não	X	X
BandNews (inclui Jornal da Band)	Não	X	X
UOL	Não	X	X
Globo (inclui TV Globo, Globo News, G1)	Sim	Toda produção com o uso de IA é supervisionada por jornalistas. Além disso, o grupo se compromete a informar ao público sempre que a IA for utilizada na produção de conteúdo jornalístico.	https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#secao-3
Folha de S. Paulo	Sim	Permite o uso de ferramentas de IA em sua redação, desde que haja supervisão humana.	https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/inteligencia-artificial.shtml
O Estado de S. Paulo	Sim	Toda produção com o uso de IA é supervisionada por jornalistas. Além disso, o grupo se compromete a informar ao público sempre que a IA for utilizada na produção de conteúdo jornalístico.	https://www.estadao.com.br/link/estadao-de-fine-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/?utm_source=chatgpt.com
O Globo (jornal impresso)	Sim	Toda produção com o uso de IA é supervisionada por jornalistas. Além disso, o grupo se compromete a informar ao público sempre que a IA for utilizada na produção de conteúdo jornalístico.	https://oglobo.globo.com/principios-editoriais/#secao-3
RedeTV!	Não	X	X

Fonte: Elaboração própria.

Entre os dez veículos analisados — incluindo grandes conglomerados como Globo (s.d.), Folha de S. Paulo (2024), UOL e SBT News — observou-se que a transparência quanto ao uso de inteligência artificial ainda é incipiente. A maioria dos portais não explicita de forma clara ao público se, quando ou como utiliza ferramentas automatizadas em suas produções jornalísticas. Embora alguns, como o Grupo Globo (s.d.), O Globo (jornal impresso, s.d.), o Estadão (2023) e a Folha de S. Paulo (2024), já

tenham publicado matérias ou editoriais discutindo os impactos da IA no jornalismo, essas iniciativas não se traduzem, em geral, em políticas públicas visíveis no site ou sinalizações nas reportagens.

Já veículos como SBT News, Record News, BandNews, UOL e RedeTV!, demonstram abertura ainda menor sobre o tema. Por último, nos casos dos jornais regionais e locais, não foi possível mapear individualmente o uso de inteligência artificial nessas publicações. No entanto, como muitos são filiados a grandes grupos de mídia, é essencial haver mais transparência sobre suas políticas de IA, promovendo a padronização de diretrizes conforme os princípios desses conglomerados.

A ausência de transparência e clareza sobre o uso de inteligência artificial nas redações afeta não só a comunicação interna, mas também a confiança do público. O jornalismo sempre pautou-se pela busca da verdade e pela transparência. Para preservar a ética e a credibilidade que fundamentam o jornalismo, é essencial que os veículos adotem diretrizes claras e responsáveis sobre o uso dessas tecnologias, especialmente diante do avanço das ferramentas automatizadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A valorização do trabalho jornalístico humano vai além do corporativismo, tornando-se um tema de interesse público diante da crescente mediação tecnológica. Embora a inteligência artificial possa trazer benefícios como eficiência e agilidade, seu uso irresponsável ameaça a ética, favorecendo a desinformação e a automação sem critérios. Assim, o futuro da notícia, portanto, não está apenas nas mãos das máquinas, mas, sobretudo, nas escolhas humanas que guiarão o seu uso.

Assim, reforça-se a necessidade de novos estudos que avaliem de forma crítica os impactos da inteligência artificial no jornalismo. Nesse contexto, a pergunta que dá título a este trabalho permanece como um convite à reflexão crítica: quem está, de fato, escrevendo os textos que informam a sociedade? Essa resposta dependerá das escolhas editoriais que hoje estão sendo feitas — e dos caminhos que a pesquisa e a ética ainda precisam traçar.

REFERÊNCIAS

- BECKETT, Charlie; YASEEN, Mira. Generating change. **A global survey of what news organisations are doing with AI**, 2023. Disponível em: <https://www.aiunplugged.io/wp-content/uploads/2023/10/Generating-Change-A-global-survey-of-what-news-organisations-are-doing-with-AI-By-Cyber-Gear.pdf>. Acesso em: 1 mai. 2025.
- BROUSSARD, Meredith *et al.* Artificial intelligence and journalism. **Journalism & mass communication quarterly**, v. 96, n. 3, p. 673-695, 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1077699019859901>. Acesso: 1 mai. 2025.
- CANAVILHAS, João; BIOLCHI, Bárbara. Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 18, n. 2, p. 43-64, 2024. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/62654/36888>. Acesso em: 2 mai. 2025.
- CARDOSO, Gustavo *et al.* Algoritmos e notícias – **A oportunidade da inteligência artificial no jornalismo**. 2021. Disponível em: <https://ciencia.iscte-iul.pt/publications/algoritmos-e-noticias--a-oportunidade-da-inteligencia-artificial-no-jornalismo/83821>. Acesso em: 1 mai. 2025.
- CHADHA, Kalyani; KOLISKA, Michael. Newsrooms and transparency in the digital age. **Journalism Practice**, v. 9, n. 2, p. 215-229, 2015. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2014.924737>. Acesso em: 1 mai. 2025.
- ESTADÃO. *Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas*. Disponível em: https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/?utm_source=chatgpt.com. Publicado em: 22 nov. 2023. Acesso em: 2 mai. 2025.
- FOLHA DE S. PAULO. *Inteligência Artificial*. Manual de Redação - Conduta - Projeto Editorial da Folha, 26 mar. 2024. Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/inteligencia-artificial.shtml>. Publicado em: 26 mar. 2024. Acesso em: 1 mai. 2025.
- GLOBO. *Princípios editoriais das Organizações Globo*. Disponível em: https://ge.globo.com/principios_editoriais_globo.html. [s.d.] Acesso em: 1 mai. 2025.
- GOOGLE; IPSOS. **Our life with AI: how people view artificial intelligence**. [S.l.]: Google, 2024. Disponível em: https://static.googleusercontent.com/media/publicpolicy.google/en/resources/our_life_with_ai_google_ipsos_report.pdf. Acesso em: 1 mai. 2025.
- KARLSSON, Michael. Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. **Journalism studies**, v. 11, n. 4, p. 535-545, 2010. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616701003638400>. Acesso em: 1 mai. 2025.

LEITÃO, Matheus. Pesquisa: cidadãos da América Latina rejeitam IA na criação de notícias. **VEJA**, São Paulo, 10 abr. 2024. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/matheus-leitao/pesquisa-cidadaos-da-america-latina-rejeitam-ia-na-criacao-de-noticias>. Publicado em: 10 dez. 2024. Acesso em: 3 mai. 2025.

O GLOBO. *Princípios editoriais do Grupo Globo*. Seção III: O uso de inteligência artificial no jornalismo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/principios-editoriais/#secao-3>. [s.d.] Acesso em: 2 mai. 2025.

NEWMAN, Nic *et al.* **Digital News Report 2024**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2024. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>. Acesso em: 1 mai. 2025.

SUNSTEIN, Cass. **Republic: Divided democracy in the age of social media**. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/696988>. Acesso em: 1 mai. 2025.