



CAPÍTULO 9

USO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO: PRÁTICAS DE MEDIA ACCOUNTABILITY SOBRE O PROCESSO DE PRODUÇÃO NOTICIOSA

Jonas Gonçalves

Discente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (Doutorado) na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Câmpus de Bauru.

Francisco Rolfsen Belda

Docente e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (Doutorado) na Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Câmpus de Bauru.

RESUMO

O uso da inteligência artificial (IA) no jornalismo já é uma realidade há alguns anos em veículos internacionais de referência, a exemplo da agência de notícias Associated Press. Entretanto, com a popularização de ferramentas de IA generativa, especialmente o *ChatGPT*, disponibilizado publicamente pela empresa *OpenAI* em novembro de 2022, o assunto passou a ter um nível de atenção jamais visto anteriormente, dentro e fora dos círculos acadêmicos e profissionais. Desde então, também é notório que empreendimentos jornalísticos estruturados sobre diferentes modelos de negócio passaram não apenas a experimentar, implementar ou intensificar a utilização desses recursos tecnológicos como também a reportar, embora com diferentes níveis de detalhamento, quais parâmetros adotam para o emprego dessas ferramentas. A partir de uma revisão da literatura recentemente disponibilizada sobre o uso da IA no jornalismo, este capítulo visa apresentar uma proposta de pesquisa de doutorado cujo foco é classificar, por meio de análise de conteúdo, os mecanismos de *media accountability* de veículos usuários de recursos de IA nas etapas de apuração, produção e distribuição de notícias, tendo como referência um dos indicadores do *Trust Project*, iniciativa global que desenvolve padrões de transparência para avaliação da qualidade e da credibilidade do jornalismo.

Palavras-chave: jornalismo; inteligência artificial; produção de notícias; *media accountability*; indicadores de credibilidade.

1 INTRODUÇÃO

O advento, em novembro de 2022, do *ChatGPT*, uma ferramenta do tipo *chatbot* desenvolvida pela empresa *OpenAI* e baseada em processamento de linguagem natural (NLP, na sigla em inglês), suscitou uma série de reflexões sobre possíveis impactos da inteligência artificial generativa nas mais diferentes áreas de atividade, sendo que o jornalismo é uma das que mais, potencialmente, deverão ser afetadas. Na visão de Shaw (2023), um dos grandes problemas a serem enfrentados pelas redações é que “o conteúdo gerado por IA aparentemente ‘original’ pode ser fortemente influenciado – ou copiado diretamente – de fontes de terceiros sem permissão”, sendo que não há garantias jurídicas de proteção contra eventuais processos de autores que vierem a se sentir prejudicados pela reprodução não autorizada de conteúdo. As implicações do ponto de vista ético também são discutidas por Bell (2023, tradução nossa).



“Para fins jornalísticos, estas [ferramentas de IA generativa] podem criar grandes quantidades de material – palavras, imagens, sons e vídeos – muito rapidamente. O problema é que elas não têm absolutamente nenhum compromisso com a verdade”, assinala. Como exemplo, a pesquisadora do Tow Center for Digital Journalism, da Columbia Journalism School, cita a “rapidez com que um usuário do *ChatGPT* poderia inundar a Internet com notícias falsas que parecem ter sido escritas por humanos” (BELL, 2023, tradução nossa).

No relatório *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023*, publicado pelo Reuters Institute for the Study of Journalism, da Universidade de Oxford, Newman (2023) alerta para a iminência de uma nova onda de disrupção provocada pela IA generativa que, por um lado, proporciona maior eficiência e automação das rotinas produtivas, ao mesmo tempo em que permite elaborações diversas e imprevisíveis de textos, imagens e outros materiais de uso jornalístico. “Isso ajudará as empresas de mídia a fazer mais com menos, além de abrir oportunidades na criação e distribuição de conteúdo mais inteligente. Mas também trará novos dilemas sobre como essas poderosas tecnologias podem ser usadas de forma ética e transparente” (NEWMAN, 2023, p. 40, tradução nossa).

Em termos de estado da arte, o interesse pelo uso de Inteligência Artificial (IA) no campo da pesquisa em jornalismo encontra-se em ascensão desde os anos 2010, de acordo com um levantamento feito por Calvo-Rubio e Ufarte-Ruiz (2021) que analisaram, por meio de uma revisão bibliográfica sistematizada, um total de 209 trabalhos acadêmicos publicados no período de 2008 a 2019, registrados nas bases de dados *Web of Science* e *Scopus*. Conforme os autores, a maioria das pesquisas foi produzida nos EUA, sendo que a frequência de produção aumentou significativamente a partir de 2015, fato também constatado no levantamento feito por Ioscote (2021), o qual será abordado mais adiante. Alguns dos assuntos mais abordados foram produção de notícias, jornalismo de dados, *big data*, aplicação em redes sociais e checagem de informações.

Vicente e Flores (2021) também promoveram uma cartografia exploratória da produção científica recente sobre IA aplicada ao jornalismo, tendo sido registrado um aumento mais expressivo no volume de publicações a partir de 2018. No total, 41 trabalhos, publicados de 2015 a 2020 em vinte revistas científicas internacionais de alto impacto na área de Comunicação, foram objeto de análise. Em termos de núcleos temáticos, evidenciaram-se ao longo desses anos a prototipagem e o desenvolvimento tecnológico de aplicações (2017); estudos de perfil organizacional (2019); percepção de credibilidade/confiança do leitor no jornalismo automatizado (2019) e metodologias de investigação (2020).



Ioscote (2021) se debruçou sobre 19 artigos publicados em periódicos e 27 trabalhos apresentados em congressos brasileiros de abrangência nacional (SBPJor, Compós e Intercom) entre 2010 e 2020. Os resultados apontam para um predomínio de artigos em revistas voltados para ferramentas que permitem a utilização de bases de dados para a elaboração de reportagens. Já os trabalhos publicados em anais de eventos conferem um maior nível de atenção ao papel dos algoritmos na atividade jornalística.

A essa ampla gama de temas, juntaram-se apenas mais recentemente as ferramentas de IA generativa. Neste artigo, indicamos como um marco de disrupção o lançamento do *ChatGPT*. Newman (2023) salienta o ponto de virada representado pelo novo recurso tecnológico:

Os *chatbots* de IA têm sido ampla e justificadamente ridicularizados nos últimos anos, mas a chegada do *ChatGPT*, da *OpenAI*, transformou o debate. Sua velocidade e capacidades são inspiradoras e assustadoras ao mesmo tempo. Embora os modelos subjacentes já existam há algum tempo, o *ChatGPT* os transformou em um protótipo acessível que dá uma noção real de para onde a IA pode estar indo (NEWMAN, 2023, p. 35, tradução nossa).

Conforme o relatório, “o ponto principal é que a IA generativa permite que os computadores não apenas tornem os processos existentes mais eficientes, mas usem uma variedade de ativos existentes para criar algo novo” (NEWMAN, 2023, p. 36, tradução nossa). Considerando a presente facilidade de acesso não apenas a ferramentas de produção de texto, mas também de imagens (DALL-E, Midjourney etc.) e outros tipos de conteúdo, tal expectativa é permeada pelo temor quanto aos riscos de uma produção que não obedeça a critérios jornalísticos rigorosos de qualidade, ética e transparência.

Tudo isso provavelmente levará a uma explosão de mídia automatizada ou semiautomatizada nos próximos anos – para o bem ou para o mal (a empresa de pesquisa Gartner estima que esta será responsável por 25% de todos os dados da Internet). Será mais fácil do que nunca criar conteúdo multimídia de boa aparência e altamente plausível, mas também será mais difícil do que nunca separar o que é real do que é falso, enganoso ou adulterado. (NEWMAN, 2023, p. 36, tradução nossa)

Em que pese qualquer potencial efeito benéfico do uso de ferramentas de IA, especialmente no que tange à produtividade, há um receio por parte de gestores de veículos jornalísticos entrevistados pelo Reuters Institute de que o conteúdo, ainda que elaborado de forma semiautomatizada, possa aumentar a comoditização da produção jornalística e minar a confiança nesta. Dessa forma, uma possível solução apontada é usar a inteligência artificial somente para aprimorar o trabalho de curadoria humana, ao invés de substituí-la por uma rotina totalmente automatizada.



Aferir o quanto as redações já utilizam a IA em diferentes etapas do processo de produção foi um dos objetivos do relatório *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023*. No total, 67% dos 303 entrevistados responderam que contam com ferramentas de automação em alguma medida para direcionar a seleção de histórias e recomendações à audiência nos *sites* e aplicativos (*apps*) dos veículos (Figura 1): do total de respondentes, a maioria (39%) têm feito somente alguns experimentos, enquanto 23% dizem já utilizar a IA com certa frequência.

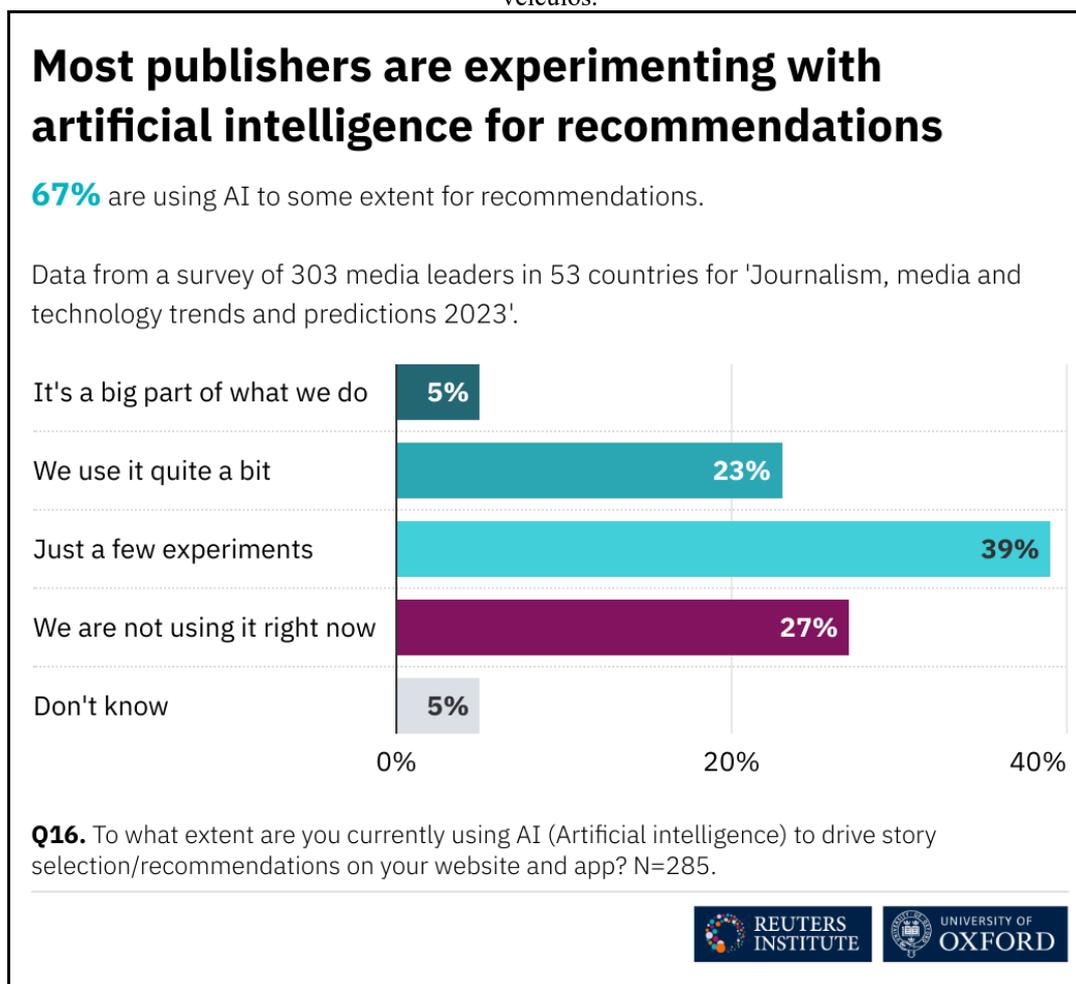
Afinal, a IA é uma ameaça ou uma oportunidade para o jornalismo? Tomando tal questionamento como premissa, Adami (2023), também do Reuters Institute, entrevistou especialistas para discutir as diferentes possibilidades geradas pelo uso da inteligência artificial, entre os quais estão Francesco Marconi, jornalista e cofundador da *AppliedXL* (empresa que desenvolve soluções em IA) e o professor Charlie Beckett, responsável pelo projeto *JournalismAI*, desenvolvido pelo Polis, *think tank* de jornalismo da London School of Economics and Political Science, mantido em parceria com a Google News Initiative.

Marconi categoriza o uso da IA no jornalismo em três fases de inovação: automação, aumento e geração. Na primeira, a produção de notícias guiadas por dados (*data-driven*), a exemplo de relatórios financeiros e resultados esportivos, foi automatizada por meio de técnicas de linguagem natural. A segunda onda chegou quando o processamento de linguagem natural e o aprendizado de máquina (*machine learning*) passaram a ser utilizados na análise de grandes conjuntos de dados (*big data*) visando a descoberta de tendências. Já a terceira etapa é a atual, capitaneada pela IA generativa, “alimentada por grandes modelos de linguagem capazes de gerar texto narrativo em escala” (ADAMI, 2023, tradução nossa).

Já Beckett pontuou a importância de restringir o uso de IA em consonância com as limitações das ferramentas hoje existentes. “IA não é sobre a automação total da produção de conteúdo do começo ao fim: é sobre aumento para dar aos profissionais e criativos as ferramentas para trabalhar mais rápido, liberando-os para dedicar mais tempo ao que os humanos fazem de melhor”, pontuou. Ao mesmo tempo, o pesquisador salienta que “o jornalismo humano também é cheio de falhas e nós mitigamos os riscos por meio da edição. O mesmo se aplica à IA. Certifique-se de entender as ferramentas que está usando e os riscos. Não espere muito da tecnologia” (ADAMI, 2023, tradução nossa).



Figura 1 - Uso de IA em redações para direcionar seleção de histórias ou recomendações em *sites* e *apps* dos veículos.



Fonte: Reuters Institute (2023).

Com os riscos que o uso da IA implica, especialmente quanto à credibilidade, tornou-se ainda mais importante que os veículos jornalísticos não apenas tomem as devidas precauções quanto à supervisão do que é produzido com o auxílio de processadores de linguagem natural, geradores de imagens e outros recursos tecnológicos, mas também que procurem documentar e reportar essa utilização, mantendo uma relação de transparência com os seus públicos, seguindo os princípios de *media accountability*.

Partindo dessa premissa, e também adotando como referência o *Trust Project*, consórcio internacional de organizações de notícias que defende princípios de transparência e responsabilidade na indústria jornalística, os autores deste capítulo desenvolvem uma pesquisa de doutoramento que visa realizar um levantamento, por meio de análise de conteúdo utilizando os *softwares* ATLAS.ti (para a análise qualitativa) e Microsoft Excel (para a compilação dos dados), sobre políticas para o uso da IA em processos de apuração, produção e distribuição de notícias nas redações e como estas são levadas ao conhecimento da audiência, seja por meio de



editoriais, *posts* em *blogs*, manuais de procedimentos, entre outros formatos possíveis. Também está prevista a elaboração de uma taxonomia de classificação dos tipos de código para o uso de IA e as respectivas formas de divulgação destas políticas editoriais.

A pesquisa buscará obter uma amostragem de até 100 veículos jornalísticos (do Brasil e de outros países), sendo que estes deverão atender a alguns critérios pré-estabelecidos para serem selecionados, tais como o porte (ter, no mínimo, 20 colaboradores) e a participação em associações e/ou iniciativas de desenvolvimento e do jornalismo, a exemplo da Associação de Jornalismo Digital (Ajour) e do já citado *The Trust Project*. No âmbito nacional, o levantamento utilizará como base de dados para seleção de empreendimentos a serem pesquisados o censo *Atlas da Notícia*, iniciativa do Projour - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo em parceria com o Volt Data Lab. Já os veículos de outros países serão escolhidos entre os membros integrantes da *World Association of News Publishers* (WAN-IFRA) e da *Online News Association* (ONA).

Neste artigo, serão apresentados resultados preliminares deste trabalho, que coletou, por meio de busca ativa em *sites* de notícias, posicionamentos adotados por diferentes empresas jornalísticas, no Brasil e em outros países, após o lançamento do *ChatGPT*, em novembro de 2022, evento adotado como marco temporal para o trabalho de pesquisa, que ainda encontra-se em fase inicial.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 *Media accountability*

O conceito de *media accountability* foi desenvolvido de forma pioneira pelo pesquisador francês Claude-Jean Bertrand (1934-2007) no início dos anos 2000 e, desde então, passou a ser estudado por diferentes pesquisadores do campo jornalístico, a exemplo de Fengler *et al.* (2019); Paulino e Gomes (2019), que definem *media accountability* como um conjunto de iniciativas para “garantir a regulação da mídia, de acompanhar de perto o conteúdo produzido, para que este seja fidedigno e útil” (p. 2); e Christofolletti *et al.* (2021), para os quais:

[...] é preciso certa disponibilidade das organizações noticiosas para que implementem políticas de transparência nas redações. Práticas transparentes podem operar sobre processos produtivos do jornalismo, sobre quem produz a informação e sobre a própria organização. São três dimensões que suscitam tipos e intensidade distintas de transparência. No caso das organizações de notícias, envolve criar ou adaptar políticas de boas práticas, reformular princípios editoriais para uma cultura de abertura ao público e um sistema de prestação de contas sobre operações financeiras, associações e conflitos de interesse. A transparência do processo diz respeito aos métodos e decisões tomadas por jornalistas durante uma apuração. E a transparência sobre quem



produz a informação refere-se à identificação de autoria em textos e fotos. (CHRISTOFOLETTI *et al*, 2021, p. 93)

No contexto abordado por Fengler (2019), alguns pesquisadores usam outros termos para definir os processos jornalísticos de responsabilização e prestação de contas, a exemplo de *media transparency*, que vem sendo debatida mais recentemente, a partir dos anos 2010. Trata-se de um conjunto de instrumentos, aplicados ao nível organizacional, “que podem contribuir para preservar ou reconquistar a confiança no jornalismo, fornecendo informações sobre os processos da redação e os atores participantes (por exemplo, com a ajuda de perfis *online* de jornalistas, declarações de missão, *links* para fontes originais, *blogs* de redação, etc.)” (FENGLER, 2019, tradução nossa).

Uma das referências globais em *media accountability* na atualidade é o consórcio *The Trust Project*, liderado pela jornalista Sally Lehrman. A iniciativa desenvolveu padrões de transparência que devem ser implementados pelas organizações de notícias parceiras do projeto. Ao mesmo tempo, mantém os chamados *Trust Indicators* (ou indicadores de credibilidade), que servem como parâmetro para sinalização das práticas adotados por veículos jornalísticos em prol da qualidade de suas produções. Entre os oito indicadores, o objeto desta pesquisa encontra uma especial interface com o quinto (“Métodos”), referente às formas de construção de matérias jornalísticas: “Se soubermos por que um jornalista escolheu uma determinada história e como a relatou, fica mais fácil interpretá-la. Os métodos de um jornalista nos ajudam a saber o quão rápida, bem pesquisada ou imparcial a história pode ser” (THE TRUST PROJECT, tradução nossa). Cada um dos indicadores também apresenta exemplos de perguntas que podem ser feitas para guiar a verificação. No caso do indicador relativo aos métodos, são dadas como amostras as seguintes: 1) Quais esforços de reportagem foram feitos? 2) Que métodos foram usados? 3) Quem mais esteve envolvido no processo? (THE TRUST PROJECT, tradução nossa).

Para Vicente e Flores (2021, p. 190), “sem um sentido público de prestação de contas, as tecnologias de IA arriscam disseminar novas caixas negras nas sociedades contemporâneas e, com elas, uma nova geração de fraturas digitais (*digital divides*)”.

A preocupação pode ser ilustrada pelo recente caso envolvendo o *site* de notícias *CNET*, que realizou um experimento com uma ferramenta própria de IA generativa, desenvolvida internamente, em sua seção de finanças. No entanto, o teste não foi noticiado pelo próprio veículo, mas sim pelo *site Futurism* em 11 de janeiro de 2023, a partir de um *post* no Twitter publicado na mesma data, de autoria do especialista em marketing digital Gael Breton. O



conteúdo aponta para a existência de textos, encontrados via busca ativa no Google, que foram produzidos pela ferramenta de IA do *CNET* (figuras 2 e 3). Além de não ter anunciado previamente que faria esse experimento, o veículo não indicava de forma clara como aquele conteúdo foi desenvolvido. “Essa assinatura [uma referência à autoria dos textos, atribuída à equipe *CNET Money Staff*] obviamente não mostra o quadro completo e, portanto, o leitor médio que visita o *site* provavelmente não teria ideia de que aquilo que eles estão lendo foi gerado por IA. É somente quando você clica em ‘*CNET Money Staff*’ que a ‘autoria’ real é revelada (LANDYMORE, 2023, tradução nossa).

Logo abaixo dos resultados da busca que apontavam *links* para textos da *CNET*, constava a seguinte frase: “*This article was generated using automation technology and thoroughly edited and fact-checked by an editor on our editorial staff*” (“Este artigo foi gerado usando tecnologia de automação e completamente editado e verificado por um editor de nossa equipe editorial”, tradução nossa).

Editora-chefe do *CNET*, Connie Guglielmo admitiu a realização do teste, promovido a partir de novembro de 2022, somente no dia 16 de janeiro de 2023. Em termos de *accountability*, cabe ressaltar a menção feita sobre a política do *site* quanto a eventuais erros detectados:

Eu uso o termo "assistente de IA" porque, embora o mecanismo de IA compilasse o rascunho da história ou reunisse algumas das informações da história, todos os artigos da *CNET* - e publicamos milhares de histórias novas e atualizadas todos os meses - são revisados, verificados e editados por um editor com experiência no assunto antes de publicarmos. Isso permanecerá verdadeiro como nossa política, não importando quais ferramentas ou tecnologias usamos para criar essas histórias. E de acordo com a política da *CNET*, se encontrarmos algum erro após a publicação, corrigiremos publicamente a história. (GUGLIELMO, 2023a, tradução nossa)

Também foi assinalada a forma que passou a ser utilizada desde então para identificar os textos que foram elaborados com o auxílio da inteligência artificial: “Esta história foi assistida por um mecanismo de IA, tendo sido revisada, verificada e editada por nossa equipe editorial” (GUGLIELMO, 2023a, tradução nossa).

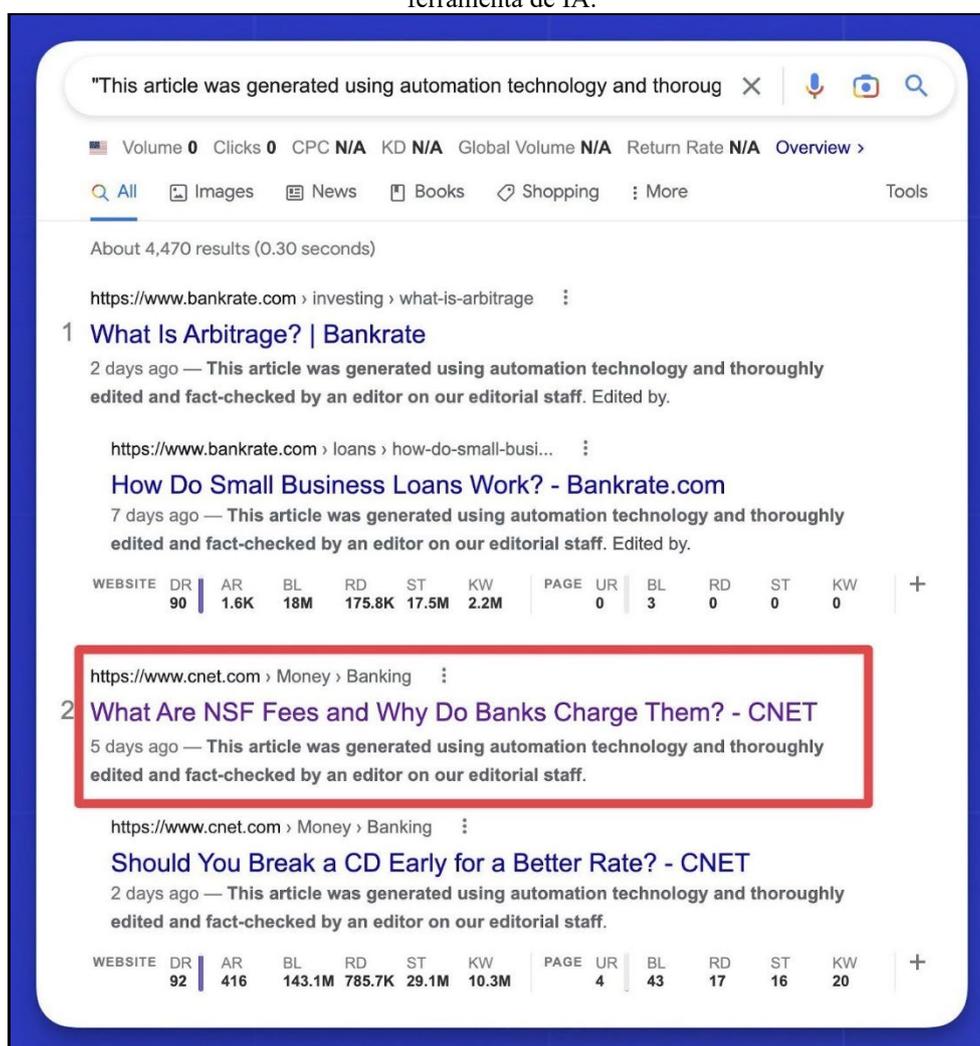
Posteriormente, em 25 de janeiro, a editora-chefe publicou um novo artigo, no qual fez um balanço de todo o processo, assumindo a ocorrência de erros e as medidas tomadas para corrigi-los. Ao todo, a equipe editorial da divisão *CNET Money* publicou 77 artigos com assistência de IA (o equivalente a apenas 1% de toda a produção no *site* durante o período, segundo a editora-chefe). A partir da primeira detecção de erro, o *CNET* iniciou um processo de revisão dos conteúdos gerados por tecnologia de automação, mas decidiu suspender o uso



da ferramenta alegando a necessidade de um aprimoramento desta, visando evitar novas ocorrências.

Identificamos histórias adicionais que exigiam correção, com um pequeno número exigindo correção substancial e várias histórias com problemas menores, como nomes de empresas incompletos, números transpostos ou linguagem que nossos editores seniores consideraram vagos. A confiança de nossos leitores é essencial. Como sempre, quando encontramos erros, corrigimos essas histórias, com uma nota do editor explicando o que foi alterado. Fizemos uma pausa e reiniciaremos o uso da ferramenta de IA quando nos sentirmos confiantes de que a ferramenta e nossos processos editoriais evitarão erros humanos e de IA (GUGLIELMO, 2023b, tradução nossa).

Figura 2 - Uma das ocorrências encontradas via Google por Gael Breton de textos do *CNET* produzidos com ferramenta de IA.



Fonte: Twitter @GaelBreton (2023).

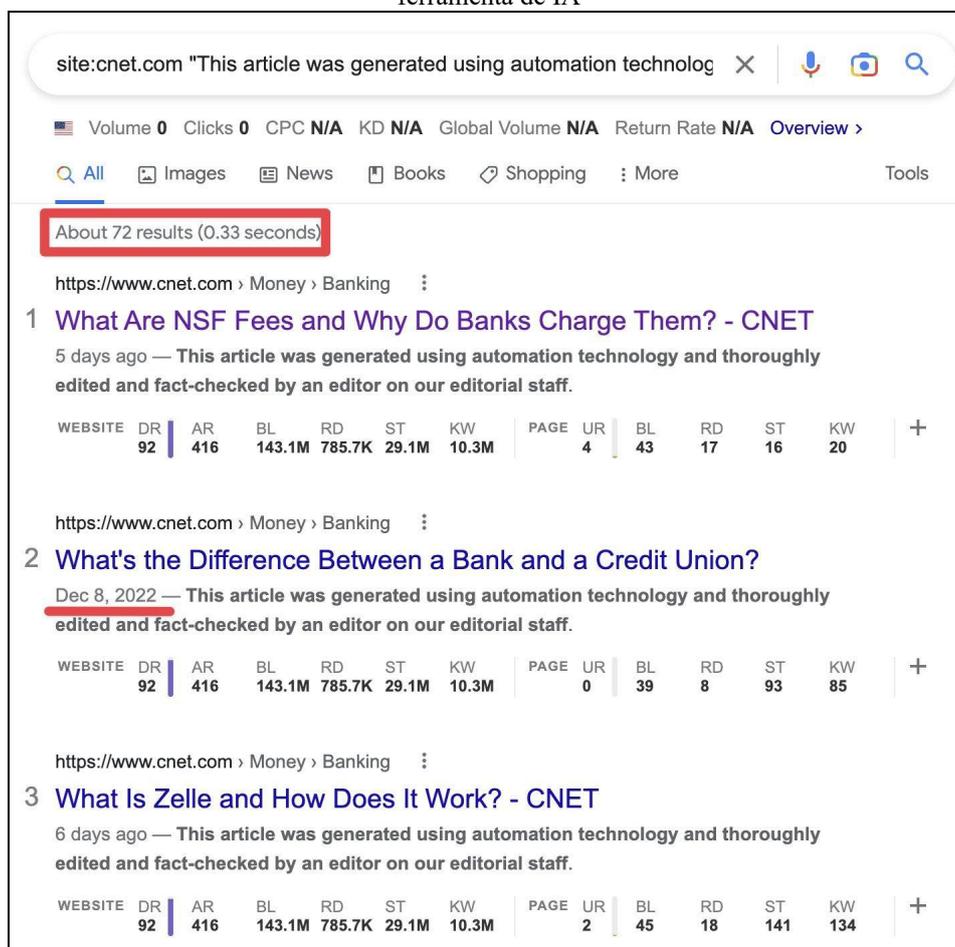
Citada por Guglielmo (2023a) como um exemplo de empreendimento jornalístico em termos de transparência sobre o uso de IA, a agência de notícias *The Associated Press (AP)* foi uma das primeiras empresas a incorporar, de forma transversal, ferramentas de automação aos fluxos de trabalho.



Nossa incursão na inteligência artificial começou em 2014, quando nossa editoria de Negócios começou a automatizar histórias sobre ganhos corporativos. Antes de usar a IA, nossos editores e repórteres gastavam inúmeros recursos em coberturas importantes, mas repetitivas e, mais importante, distraídas do jornalismo de maior impacto. Foi esse projeto que nos permitiu experimentar novos projetos e estabelecer liderança de pensamento à medida que mais organizações de notícias procuram adotar a tecnologia por conta própria (THE ASSOCIATED PRESS, 2022, tradução nossa).

Com o apoio de empresas *startups* parceiras, a estratégia da AP para o uso de IA envolve as etapas de apuração (incluindo análise de mídias sociais com o uso de processamento de linguagem natural), produção (com automatização de fluxos de trabalho, a exemplo da transcrição de vídeos) e distribuição de notícias (por meio de um sistema de marcação, ainda em desenvolvimento, que utiliza reconhecimento de imagens). A agência também mantém uma gama de projetos baseados em aplicações de inteligência artificial, como o *AP Story Summaries*, que automatiza a geração de resumos de artigos para aplicações diversas no meio digital.

Figura 3 - Outros resultados encontrados via Google por Gael Breton de textos do CNET produzidos com ferramenta de IA



Fonte: Twitter @GaelBreton (2023).

No Brasil, a utilização de ferramentas de IA pode ser observada com maior destaque em agências de checagem de fatos (*fact-checking*). Em 2018, a agência *Aos Fatos* lançou a robô *Fátima* (derivado de “FactMa”, uma abreviação de “FactMachine”), que inicialmente era



voltada para o combate à desinformação apenas na rede social Facebook. Posteriormente, outras plataformas passaram a ter conteúdos verificados - Twitter (até 2021, quando o recurso foi bloqueado pela rede social), WhatsApp (a partir de 2020) e Telegram (desde 2022).

Na esteira da disponibilização do *ChatGPT* para o público geral, o *BuzzFeed* anunciou, em janeiro de 2023, o uso do *chatbot* da *OpenAI* para criar conteúdos e enquetes (*quizzes*) personalizados. Para além dos efeitos benéficos no âmbito da saúde financeira da empresa, cujas ações se valorizaram imediatamente após o anúncio, vale ressaltar as expectativas, manifestas em comunicado pelo CEO Jonah Peretti, em torno do uso da IA em rotinas do *site*, notadamente os potenciais imediatos e futuros - em um primeiro momento, suporte ao processo criativo e aprimoramento do conteúdo e, em um prazo de 15 anos, a capacidade de, aliada aos dados, criar, personalizar e animar a produção por si, em vez de apenas realizar uma curadoria do conteúdo já existente (BRUELL, 2023, tradução nossa).

A revista *Wired* divulgou uma política detalhada sobre como a sua equipe utiliza (ou não) a IA generativa ao longo do processo produtivo. Conforme suas diretrizes, o uso ocorre com parcimônia, obedecendo a claras restrições:

Não publicamos histórias com texto gerado por IA, exceto quando o fato de ser gerado por IA é o ponto principal da história (nesses casos, divulgaremos o uso e sinalizaremos quaisquer erros). Isso se aplica não apenas a histórias inteiras, mas também a trechos - por exemplo, ordenar algumas frases padrão sobre como o Crispr funciona ou o que é a computação quântica. Também se aplica a textos editoriais em outras plataformas, como boletins informativos por e-mail (se o usarmos para fins não editoriais, como e-mails de marketing, que já são automatizados, divulgaremos isso). (WIRED, 2023, tradução nossa)

A decisão de divulgar as diretrizes foi objeto da análise de especialistas vinculados a centros de pesquisa em jornalismo como o Nieman Lab, que publicou um artigo sobre a “política oficial de IA” (SCIRE, 2023, tradução nossa) da *Wired*. O texto inclui declarações do diretor editorial da revista, Gideon Lichfield, responsável pela publicação das diretrizes. Segundo ele, o caso envolvendo o *site CNET* foi um “acelerador” no sentido de contribuir para que a cúpula da *Wired*, uma publicação especializada em tecnologia, decidisse pela transparência quanto a formas pontuais de utilização e, em especial, a restrições e vetos ao uso de IA generativa para fins jornalísticos no âmbito da redação:

Pode parecer contra-intuitivo para uma publicação como a *Wired* ter uma política de não usar IA”, Lichfield me disse. “Mas acho que as pessoas apreciam tanto a transparência quanto a tentativa de definir padrões claros que enfatizem o significado do jornalismo de qualidade. (SCIRE, 2023, tradução nossa)



O site *Curto News* noticiou a adoção específica do *ChatGPT* em suas rotinas, sendo que indica o uso da ferramenta em matérias nas quais recorreu ao auxílio da inteligência artificial por meio do seguinte rodapé:

O texto desta matéria foi parcialmente gerado pelo *ChatGPT*, um modelo de linguagem baseado em inteligência artificial desenvolvido pela *OpenAI*. As entradas de texto foram criadas pelo *Curto News* e as respostas intencionalmente reproduzidas na íntegra. As respostas do *ChatGPT* são geradas automaticamente e não representam opiniões da *OpenAI* ou de pessoas associadas ao modelo. Toda a responsabilidade pelo conteúdo publicado é do *Curto News*. (CURTO NEWS, 2023)

Embora o tom do texto contenha uma dose de otimismo quanto às potencialidades da nova tecnologia, é feita uma importante ressalva, a de que “levando em consideração que a própria plataforma [*ChatGPT*] é falha, ela precisa de uma supervisão humana criteriosa”.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nova realidade do mundo do trabalho pós-advento do *ChatGPT*, um verdadeiro paradigma tecnológico, ainda se encontra em processo de consolidação, ganhando adeptos e detratores em proporções consideráveis entre profissionais, empresas e pesquisadores do campo jornalístico.

No mercado, observa-se que alguns veículos já submetem parte de suas rotinas produtivas a experimentos com a ferramenta, cujo modelo de linguagem ganhou a sua mais recente versão em março de 2023 (GPT-4), sendo que uma das principais novidades é a produção de respostas a partir de imagens. Contudo, o *chatbot* ainda apresenta um alto grau de risco para eventual aplicação no jornalismo. Em sua página inicial, são atualmente destacadas as seguintes limitações: 1) Ocasionalmente pode gerar informações incorretas; 2) Ocasionalmente pode produzir instruções prejudiciais ou conteúdo tendencioso; e 3) Conhecimento limitado do mundo e eventos após 2021.

Simultaneamente, muitos gestores de redações ainda não se sentem suficientemente encorajados a integrar este e outros recursos de IA aos seus processos de apuração, produção e distribuição de notícias. Há os que preferem aguardar novos desdobramentos, enquanto outros buscam alternativas, como o desenvolvimento de ferramentas próprias de IA para a produção de conteúdos diversos, ainda que predominantemente sejam aqueles de importância periférica dentro do universo dos fluxos de trabalho da redação, a exemplo de enquetes e postagens em plataformas de mídia social.

Em um cenário tão diversificado e complexo em termos de reações aos impactos provocados por essas inovações tecnológicas disruptivas, a credibilidade perante o público



adquire uma condição ainda mais valiosa. Não é mais possível ignorar que a transparência tende a ser cada vez mais exigida dos veículos jornalísticos, em aspectos como métodos de levantamento de dados, fontes de informação e autoria das reportagens. Este será o objeto da já citada pesquisa, conduzida pelos autores no âmbito do Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp) - Câmpus de Bauru.

Dessa forma, implementar e documentar procedimentos específicos para o uso de IA tornaram-se demandas naturais para os empreendimentos jornalísticos, tanto aqueles oriundos das mídias de legado quanto os nativos digitais, estes normalmente mais propensos a assimilar inovações com maior rapidez, embora os tradicionais tenham reconhecidamente tomado a dianteira, a exemplo do jornal inglês *Financial Times (FT)*, veículo de referência global na área de economia com mais de 1 milhão de assinantes, que anunciou em fevereiro de 2023 a criação do cargo de editor de inteligência artificial, assumido pela jornalista Madhumita Murgia. Segundo explicou o comunicado emitido pela publicação sobre o assunto, ela “liderará a cobertura do *FT* de histórias de inteligência artificial, escrevendo sobre negócios, empresas, políticas e ciência por trás da IA”.

Recentes movimentos de diversos empreendimentos jornalísticos sugerem diferenças significativas em termos de atribuição de importância aos compromissos a serem mantidos em torno da ideia *media accountability*. Questões relacionadas à cultura organizacional merecem atenção por parte de pesquisadores do tema, mas também devem ser considerados outros fatores, como as possibilidades que cada veículo possui de incorporar novas tecnologias, em que pese haver um maior nível de acesso a estas na contemporaneidade.

O panorama do uso da IA no meio jornalístico é bastante dinâmico e tende a passar por novas mudanças ainda em 2023 e nos anos subsequentes. Com o desenvolvimento da referida pesquisa, a ser concluída em um prazo de dois anos, espera-se obter dados importantes e mais consolidados sobre as políticas de utilização de recursos baseados em inteligência artificial e seus respectivos níveis de transparência, visando aferir a credibilidade dos veículos ante a mais nova onda de disrupção tecnológica, com um potencial jamais visto de transformação da cadeia produtiva do jornalismo.

REFERÊNCIAS

ADAMI, Marina. **Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five AI experts weigh in.** Reuters Institute for the Study of Journalism. Disponível em:



<<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/chatgpt-threat-or-opportunity-journalism-five-ai-experts-weigh>>. Acesso em: 24 mar. 2023.

BELL, Emily. **A fake news frenzy: why ChatGPT could be disastrous for truth in journalism.** The Guardian, 3 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/03/fake-news-chatgpt-truth-journalism-disinformation>>. Acesso em: 27 mar. 2023.

BRUELL, Alexandra. **BuzzFeed to Use ChatGPT Creator OpenAI to Help Create Quizzes and Other Content.** The Wall Street Journal, 26 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.wsj.com/articles/buzzfeed-to-use-chatgpt-creator-openai-to-help-create-some-of-its-content-11674752660>>. Acesso em: 22 mar. 2023.

Calvo-Rubio, L. M. & Ufarte-Ruiz, M.^a J. **Inteligencia artificial y periodismo: Revisión sistemática de la producción científica en Web of Science y Scopus (2008-2019).** Communication & Society, 34(2), 159-176, 2021. Disponível em: <<https://dadun.unav.edu/handle/10171/62242>>. Acesso em: 08 mar. 2023.

Christofoletti, R.; Paul, D.; Becker, D. **Transparência e ética jornalística: análise de códigos deontológicos nos maiores mercados de notícia latino-americanos.** Fronteiras - Estudos Midiáticos, v. 23, n. 3, set./dez. 2021, p. 91-103. Disponível em: <<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23023>>. Acesso em: 27 mar. 2023.

CURTO NEWS. **Curto News começa a publicar textos produzidos por inteligência artificial com curadoria jornalística.** Disponível em: <<https://curtonews.com/inovacao/curto-news-vai-publicar-textos-produzidos-por-inteligencia-artificial-com-curadoria-jornalistica/>>. Acesso em: 26 mar. 2023.

FENGLER, Susanne. **Accountability in Journalism.** Oxford Research Encyclopedia of Communication, 26 mar. 2019. Disponível em: <<https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-772>>. Acesso em: 28 mar.2023.

GUGLIELMO, Connie. **CNET Is Experimenting With an AI Assist. Here's Why.** CNET, 16 jan. 2023a. Disponível em: <<https://www.cnet.com/tech/cnet-is-experimenting-with-an-ai-assist-heres-why/>>. Acesso em: 26 mar. 2023.

GUGLIELMO, Connie. **CNET Is Testing an AI Engine. Here's What We've Learned, Mistakes and All.** CNET, 25 jan. 2023b. Disponível em: <<https://www.cnet.com/tech/cnet-is-testing-an-ai-engine-heres-what-weve-learned-mistakes-and-all/>>. Acesso em: 26 mar. 2023.

IOSCOTE, Fabia Cristiane. **Jornalismo e inteligência artificial: tendências nas pesquisas brasileiras entre 2010 e 2020.** Novos Olhares, 10(2), 162-182, 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/ISSN.2238-7714.NO.2021.188912>>. Acesso em 27 mar. 2023.

LANDYMORE, Frank. **CNET Is Quietly Publishing Entire Articles Generated By AI.** Futurism, 11 jan. 2023. Disponível em: <<https://futurism.com/the-byte/cnet-publishing-articles-by-ai>>. Acesso em: 28 mar. 2023.



NEWMAN, N. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023**. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023>>. Acesso em: 26 mar. 2023.

Paulino, F. O. & Gomes, R. O. M. **Jornalismo e Accountability no Brasil: como jornalistas percebem e vivenciam a accountability no contexto brasileiro**. VI Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo, Universidade Anhembi-Morumbi, 2019. Disponível em: <https://projetos.abraji.org.br/seminario/PDF/6/FERNANDO_OLIVEIRA_PAULINO_et_al-Jornalismo_e_Accountability_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2023.

SCIRE, Sarah. **Wired tells readers what it will use generative AI for — and what’s off-limits**. Nieman Lab. Disponível em: <<https://www.niemanlab.org/2023/03/wired-tells-readers-what-it-will-use-generative-ai-for-and-whats-off-limits/>>. Acesso em: 20 mar. 2023.

SHAW, J. J. **ChatGPT, AI and journalism: Legal and ethical pitfalls explained**. Press Gazette. Disponível em: <<https://pressgazette.co.uk/comment-analysis/ai-journalism-legal-ethical-considerations/>>. Acesso em: 27 mar. 2023.

THE ASSOCIATED PRESS. **Leveraging AI to advance the power of facts: artificial intelligence at The Associated Press**. The Associated Press, 2022. Disponível em: <<https://www.ap.org/discover/artificial-intelligence>>. Acesso em: 08 mar. 2023.

THE TRUST PROJECT. **The 8 Trust Indicators**. Disponível em: <<https://thetrustproject.org/trust-indicators/>>. Acesso em: 20 mar. 2023.

Vicente, P. N. & Flores, A. M. M. **Inteligência artificial e jornalismo: temas emergentes (2015-2020)**. In: De Que falamos Quando Dizemos “Jornalismo”? Temas Emergentes de Pesquisa. João Carlos Correia & Inês Amaral (Orgs.). LabCom, Covilhã: 2021.

WIRED. **How WIRED Will Use Generative AI Tools**. Wired, 2 mar. 2023. Disponível em: <<https://www.wired.com/story/how-wired-will-use-generative-ai-tools/>>. Acesso em: 20 mar. 2023.