



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA - UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

Eunice Peixoto Patricio

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NO JORNALISMO: as
possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas

JOÃO PESSOA - PB
2023

EUNICE PEIXOTO PATRICIO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA NO JORNALISMO: as
possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao
Programa de Graduação em Jornalismo da
Universidade Federal da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Orientadora: Professora Dra. Zulmira Nóbrega

JOÃO PESSOA - PB
2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P314i Patricio, Eunice Peixoto.

Inteligência artificial generativa no Jornalismo: as possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas / Eunice Peixoto Patricio. - João Pessoa, 2023.

74 f. : il.

Orientação: Zulmira de Carvalho Nóbrega.
TCC (Graduação) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo - TCC. 2. Inteligência artificial. 3. ChatGPT. I. Nóbrega, Zulmira de Carvalho. II. Título.

UFPB/CCTA

CDU 070(043.2)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
CURSO DE JORNALISMO

ATA DE APROVAÇÃO

Este trabalho foi submetido à avaliação da Banca Examinadora composta pelos professores abaixo relacionados, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba.

Aluno(a): Eunice Peixoto Patricio

Título do trabalho: **Inteligência artificial generativa no Jornalismo: as possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas**

Aprovado em 6 de 11 de 2023, com média 30,0

BANCA EXAMINADORA

Professor(a) orientador(a): Zulmira Nóbrega Piva de Carvalho

Universidade Federal da Paraíba

Departamento de Jornalismo

Assinatura: _____

Professor(a) examinador(a): Patrícia Monteiro Cruz Mendes

Universidade Federal da Paraíba

Departamento de Jornalismo

Assinatura: _____

Professor(a) examinador(a): Laura Rayssa de Andrade Cabral

Universidade Federal de Santa Catarina

Assinatura: _____

A necessidade é mãe da inovação.
(Platão)

A todos que acreditam em um futuro próspero para o
Jornalismo.

AGRADECIMENTOS

Minha trajetória acadêmica no curso de Jornalismo, embora prazerosa, também contou com uma série de desafios que, em muitos momentos, me fizeram questionar meu potencial e capacidade. No entanto, foram esses mesmos obstáculos que me trouxeram inúmeros aprendizados – não apenas no âmbito acadêmico, mas também na vida pessoal. A universidade me ensinou sobre resiliência, empatia e me mostrou que existem múltiplas vozes na sociedade que clamam por ser ouvidas. E, se hoje cheguei até aqui, foi graças ao suporte e ensinamentos das pessoas que encontrei nesse percurso e que me mostraram que eu não estava sozinha. Por isso, dedico e agradeço a todos que citarei a seguir.

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, que é digno de toda honra e glória, e sem Ele, nada disso seria possível. Em todos os momentos, Ele foi minha fortaleza e mostrou que eu deveria ser forte e corajosa.

A minha avó, Eunice, que embora hoje não esteja entre nós, me deixou um grande legado, não só no nome, mas no meu coração e na minha formação, posto que me ensinou a ler e escrever aos 5 anos de idade.

A minha mãe, melhor amiga, companheira e maior incentivadora, Verônica, por sempre enxergar para além do meu potencial, incentivar meus estudos e investir na minha educação. Ela é dona do maior coração que conheço e agradeço a Deus pelo privilégio de ser sua filha.

Ao meu pai, Iranilson, que me ensinou sobre a importância de batalhar, com garra e determinação, para alcançar meus objetivos.

A Kauan, meu namorado e melhor amigo, que me apoiou em toda a minha jornada acadêmica e acreditou em mim, até mesmo nos momentos em que eu mesma não enxerguei meu potencial. Ele é uma grande inspiração de coragem, otimismo e determinação, e consegue melhorar meu dia mesmo estando a km de distância.

Ao meu tio e professor, Paulo, por ter sido um grande incentivador para seguir meu sonho na carreira como jornalista, pela grande contribuição aos meus estudos e, sobretudo, na vida espiritual, sempre me ensinando os caminhos do Senhor Jesus.

À minha professora e orientadora, Zulmira Nóbrega, que além de cumprir esse papel com maestria, acreditou na minha ideia, me incentivou em todos os momentos e se tornou um grande exemplo de pessoa e profissional.

À Patrícia Monteiro e à Laura Cabral, profissionais incríveis que formaram a

minha banca juntamente com a professora Zulmira Nóbrega. Muito obrigada pela disponibilidade, seriedade, por todas as contribuições para o meu trabalho. Vocês são grandes referências no Jornalismo!

À Gilvanedja Mendes e Katiane Cunha, coordenadoras do projeto de extensão que participo e integrantes da diretoria da Associação Profissional de Bibliotecários da Paraíba (APB-PB), por terem me dado a oportunidade ímpar de associar o conhecimento teórico e a prática acadêmica no Jornalismo, Biblioteconomia, Educação, Livro, Leitura, Literatura, Arte e Cultura; e por todos os ensinamentos, que vão além dos muros da universidade.

Aos amigos que o curso de Jornalismo me concedeu e que vou levar para a vida, Vitória e Mateus, por sempre se mostrarem solícitos na participação de atividades e por tornarem meus dias na universidade mais felizes. Nossas histórias ao longo desse período ficarão para sempre na minha memória.

A minha psicóloga e amiga, Myllena de Farias, que não só acreditou em mim, como foi indispensável para que eu acreditasse no meu potencial. Por vezes, pensei que não daria certo e que seria impossível conciliar o TCC com as demandas do projeto de extensão, estágio e vida social. No entanto, em todos esses momentos, ela me motivou, me incentivou e disse que eu conseguiria.

A todos(as) os(as) gestores(as) e colegas de trabalho das empresas que tive a estagiar, e, por consequência, ampliar o conhecimento e aperfeiçoar as habilidades no Jornalismo e demais campos da comunicação.

A Universidade Federal da Paraíba (UFPB), pela oportunidade de estudar em uma instituição de referência em ensino público e de qualidade e seguir o sonho de me tornar jornalista.

A todos(as) os(as) professores do curso de Jornalismo da UFPB, que foram indispensáveis para a minha formação.

Aqueles que acreditam e contribuem para um Jornalismo sério, verdadeiro e responsável, para que continuemos disseminando a informação de uma maneira justa, ética e confiável, levando em consideração os interesses da sociedade.

A minha família, amigos(as), colegas de curso e todos(as) aqueles que contribuíram direta ou indiretamente para que eu pudesse chegar até aqui.

RESUMO

O surgimento e popularização do uso de ferramentas de inteligência artificial generativa nas rotinas produtivas dos jornalistas, como o ChatGPT, tem reconfigurado as práticas e o modo de se fazer Jornalismo, ampliando discussões acerca do futuro da profissão. Nessa conjuntura, esta monografia tem como objetivo explorar as possibilidades de usos desses dispositivos. De forma específica, objetiva-se mapear as potencialidades, bem como identificar os desafios e contribuições dessas ferramentas e compreender quais são as possíveis mudanças que elas podem trazer na profissão do jornalista. Quanto aos procedimentos metodológicos, realizamos uma pesquisa exploratória e descritiva, por meio de um estudo de caso do ChatGPT, em que no primeiro momento, foi realizada a análise empírica de matérias jornalísticas, e em seguida, aplicamos o questionário a jornalistas e estudantes de Jornalismo sobre as atividades desenvolvidas com essa ferramenta. Os resultados obtidos apontam que uma grande parcela dos profissionais acredita que o uso ético dessas ferramentas pode trazer contribuições para o Jornalismo, apontando assim, para o desenvolvimento e fortalecimento dessas tecnologias e de seus usos para auxílio na produção de matérias jornalísticas.

Palavras-chave: jornalismo; rotinas produtivas; inteligência artificial; chatbots; ChatGPT.

ABSTRACT

The emergence and popularization of the use of generative artificial intelligence tools in journalists' productive routines, such as ChatGPT, has been reconfigured as practices and the way of doing Journalism, expanding the discussion about the future of the profession. At this juncture, this monograph aims to explore the possibilities of using these devices. Specifically, the objective is to map the potential, as well as identify the challenges and contributions of these tools and understand the possible changes they can bring to the journalist profession. As for the methodological procedures, we carried out an exploratory and descriptive research, through a case study of ChatGPT, in which at first, an empirical analysis of journalistic materials was carried out, and then, we applied the questionnaire to journalists and Journalism students about the activities developed with this tool. The results obtained indicate that a large part of professionals believe that the ethical use of these tools can bring contributions to Journalism, thus pointing to the development and strengthening of these technologies and their uses to assist in the production of journalistic materials.

Keywords: journalism; productive routines; artificial intelligence; chatbots; ChatGPT.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IA - Inteligência Artificial

UFPB - Universidade Federal da Paraíba

GenAI – Inteligência Artificial Generativa

ML - *Machine Learning*

STF - Supremo Tribunal Federal

LLM - *Large Language Model*

ANJ – Associação Nacional de Jornalistas

LISTA DE FIGURAS

Figura 1– Página inicial do ChatGPT	42
Figura 2– Página inicial do Google Bard.....	46
Figura 3– Graduação dos respondentes	49
Figura 4– Respondentes com atuação na área do Jornalismo	49
Figura 5– Tempo de atuação dos respondentes na área do Jornalismo	50
Figura 6– Porcentagem de uso do ChatGPT pelos respondentes jornalistas.....	51
Figura 7– Formas de usos do ChatGPT pelos respondentes jornalistas	52
Figura 8 – Preocupações dos respondentes com os usos do ChatGPT	53
Figura 9– Contribuições do ChatGPT para o Jornalismo, segundo os respondentes	54
Figura 10– Importância das normas de uso do ChatGPT, segundo os jornalistas	55
Figura 11– Respondentes graduandos em Jornalismo	58
Figura 12– Instituição de ensino dos respondentes graduandos em Jornalismo	59
Figura 13– Período letivo dos respondentes graduandos em Jornalismo.....	59
Figura 14– Respondentes que já usaram o ChatGPT em atividades acadêmicas.....	60
Figura 15– Formas de usos do ChatGPT pelos estudantes de Jornalismo	61
Figura 16– Preocupações dos estudantes com os usos do ChatGPT.....	62
Figura 17– Contribuições do ChatGPT para o Jornalismo, segundo os estudantes	63
Figura 18– Importância das normas de uso do ChatGPT, segundo os jornalistas	64

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Visão geral das diretrizes selecionadas sobre IA generativa.....	34
Tabela 2- Análise de matérias jornalísticas com experimentos do ChatGPT	44
Tabela 3- Depoimentos de advertência sobre o ChatGPT pelos jornalistas	55
Tabela 4- Depoimentos de entusiasmo sobre o ChatGPT pelos jornalistas.....	56
Tabela 5- Depoimentos de advertência sobre o ChatGPT pelos estudantes de Jornalismo	64
Tabela 6 - Depoimentos de entusiasmo sobre o ChatGPT pelos estudantes de Jornalismo	65

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
2 EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E ASCENSÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO	18
2.1 HISTÓRICO DE TRANSFORMAÇÃO E ADAPTAÇÃO DO CENÁRIO MUDIÁTICO NO JORNALISMO	18
2.1.1 O jornalismo como campo científico – a influência da Teoria do <i>Newsmaking</i>	22
2.2 ROTINAS PRODUTIVAS DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE	24
2.3 A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO	27
2.3.1 Os dilemas éticos dos usos da IA no Jornalismo	33
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	38
3.1 MÉTODO DE PESQUISA APLICADO	38
3.2 JUSTIFICATIVA E ELEMENTOS DE INTERESSE	39
3.3 ABORDAGEM E PROCEDIMENTOS REALIZADOS	39
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA	41
4.1 A POPULARIZAÇÃO DO CHATGPT	41
4.1.1 Google Bard: o novo concorrente do ChatGPT	46
4.2 OS USOS DO CHATGPT POR JORNALISTAS	48
4.2.1 Questionário para jornalistas	48
4.2.2 Questionário para estudantes de Jornalismo	58
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	66
REFERÊNCIAS.....	68
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS JORNALISTAS	72
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ESTUDANTES DE JORNALISMO	74

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo tem como principal objetivo abordar as possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas dos jornalistas. A presença da inteligência artificial (IA) é cada vez mais notória na sociedade – ainda que seja muito comum, no imaginário social, a visão da IA de uma forma distante, o que possivelmente, é resultado da construção cinematográfica e seu enfoque em torno de robôs e uma percepção de perigo na relação homem-máquina. Entretanto, o estudo da IA é muito vasto e já está presente, desde a década de 1950, em recursos usuais, que hoje são indispensáveis aos seres humanos, como por exemplo os mecanismos de busca (incluindo Google e Bing) e até mesmo as redes sociais digitais.

A história, especialmente a história dos meios de comunicação, nos revela que à medida que há o desenvolvimento de novas tecnologias no cenário midiático, crescem também os questionamentos e a necessidade de adaptação. Este estudo, portanto, pretende abordar a problemática sobre os potenciais e limitações desses dispositivos no exercício da atividade jornalística, e em até que ponto eles podem simular o comportamento humano ou até mesmo executar tarefas em um nível semelhante de eficiência. Nota-se, entre as principais discussões, a questão da substituição de mão de obra e subsequente ameaça de empregos, a credibilidade do conteúdo e o futuro do jornalista como um todo.

Berti (2023) destaca que alguns jornalistas já defendem que a IA poderá acabar com muitos postos de trabalho, e ressalta que isso realmente acontecerá, no entanto, elas não possuem expertise para replicar o pensamento, entendimento, emoções e tantas outras características que pertencem a nós, humanos e que são indispensáveis para o exercício da atividade jornalística. Em contrapartida, o autor revela que o ser humano não tem a mesma capacidade de armazenamento e processamento que essa tecnologia. “É praticamente impossível o ser humano competir com um sistema de Inteligência Artificial quando há uma capacidade de comparação sobre sua capacidade de processamento de dados”. (Berti, 2023, p.78).

Como resultado do desenvolvimento da IA generativa a empresa OpenAI lançou recentemente, em novembro de 2022, o ChatGPT, ferramenta gratuita, capaz de realizar diálogos virtuais, e que a partir de um comando, formula respostas em segundos, utilizando-se de sua gigantesca base de dados. Os dispositivos de IA, como ChatGPT, já envolvem o Jornalismo, abarcando as rotinas produtivas dos jornalistas, seja na elaboração de resumos, tradução de conteúdos, entre outras atividades.

Nesse contexto, esta pesquisa é necessária e relevante porque tenta apropriar-se e

adaptar o conhecimento e investigação da área, assim como sobre os possíveis usos da IA generativa no cotidiano dos profissionais, incluindo questões como produtividade, qualidade da produção e otimização do tempo, mantendo ciência das atuais e novas funções que surgirem com o desenvolvimento desta tecnologia.

Para tanto, parte do princípio que a IA é uma criação humana (e que objetiva contribuir com o humano), ou seja, ela depende do usuário, por exemplo, para aprender. Dessa forma, estudar essa tecnologia é indispensável para ampliar o nível de compreensão sobre as aplicações, contribuições e preocupações associadas ao Jornalismo.

Nesse sentido, o objetivo dessa pesquisa é explorar os usos das novas ferramentas de inteligência artificial generativa que estão surgindo no Jornalismo, com foco no ChatGPT, e seu impacto nas rotinas produtivas dos jornalistas. De maneira específica, buscou-se mapear a potencialidade das ferramentas de IA generativa no Jornalismo; identificar os desafios e contribuições do ChatGPT nas rotinas produtivas do jornalista; e compreender quais são as possíveis mudanças que as novas ferramentas de IA generativa podem trazer na profissão do jornalista.

A metodologia usada, por sua vez, compreende uma pesquisa de abordagem quali-quantitativa, de caráter exploratório e descritivo, partindo de um estudo de caso, com levantamento de material bibliográfico e midiático, fornecendo assim, uma perspectiva geral sobre as possibilidades de usos do ChatGPT e de outros dispositivos de inteligência artificial generativa no Jornalismo.

Esta monografia foi estruturada a partir de três capítulos, entre os quais o Capítulo 2, intitulado “Evolução Tecnológica e Ascensão da Inteligência Artificial no Jornalismo” busca levar à reflexão o processo histórico do Jornalismo, destacando as constantes mudanças e adaptações no que se refere às rotinas produtivas dos jornalistas, incluindo o surgimento da inteligência artificial e seu impacto na história.

O Capítulo 3, discute os procedimentos metodológicos adotados na presente pesquisa, abordando as estratégias, bem como a abordagem e demais elementos utilizados para mapear os usos das ferramentas de IA generativa pelos jornalistas.

Já o Capítulo 4, por sua vez, se concentra na discussão sobre a popularização do ChatGPT e ascensão de outras ferramentas na sociedade e, por consequência, resultou também em um novo processo de questionamento, estudo e adaptação no campo do Jornalismo. Além disso, esse capítulo também compreende os resultados obtidos nos questionários realizados pelo Google Forms, sobre os usos do ChatGPT pelos jornalistas e estudantes de Jornalismo e posterior análise das respostas.

Por fim, após o Capítulo 4, são apresentadas as considerações finais sobre o estudo, que demonstram a importância do conhecimento e atualização dos jornalistas sobre essas inovações, a fim de que haja o uso adequado, ético e transparente das ferramentas de IA generativa, otimizando suas rotinas produtivas, contribuindo para a produção de conteúdo de qualidade, e, por consequência, para a sociedade.

2 EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E ASCENSÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO

Este capítulo apresenta o processo histórico que levou ao surgimento da inteligência artificial (IA) no Jornalismo, a transformação resultante dessas novas tecnologias na sociedade e o impacto nas rotinas produtivas do jornalista. Com base nesses elementos, trouxemos os principais autores, pesquisas e teorias para fundamentar o estudo das novas ferramentas tecnológicas que exercem influência no modo de produção, execução e distribuição do Jornalismo.

As discussões desenvolvidas buscam responder às principais questões acerca das mudanças no mercado de trabalho e as novas práticas que implicam no modo de fazer Jornalismo. Neste cenário, trouxemos estudiosos que buscam trazer novas contribuições sobre a temática, como por exemplo, Pena (2023) e Traquina (2023) que abordam o processo histórico do Jornalismo e a Teoria do *Newsmaking*; como também a pesquisa de outros autores que se concentram na inteligência artificial no Jornalismo, incluindo Berti (2023), Cabral (2023), entre outros.

A intenção, portanto, é que ao longo do capítulo, haja a compreensão acerca de todo o processo que levou à reconfiguração do Jornalismo até o momento atual, incluindo a maneira como essas práticas foram desenvolvidas e como resultaram na constituição de novas tecnologias e ferramentas de IA generativa, com foco nos *chatbots*, que estão disponíveis e que repercutem atualmente, como fruto de grandes discussões no Jornalismo.

2.1 HISTÓRICO DE TRANSFORMAÇÃO E ADAPTAÇÃO DO CENÁRIO MIDIÁTICO NO JORNALISMO

O estudo da trajetória do jornalismo até o período atual reflete uma grande expansão no que se refere ao seu desenvolvimento e popularização, em consonância com seu impacto no contexto social, inclusive no modo de disseminação da informação.

A partir do séc. XIX, a imprensa, que anteriormente era apenas de interesse mercadológico para usos em fins políticos, isto é, com o princípio opinativo, veio a se tornar uma fonte de informação.

Este seria o início de uma nova concepção do campo jornalístico, do modo de fazê-lo e

de como ele poderia beneficiar a sociedade. Segundo Traquina (2023, p. 34), “Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda não eram identificados no Jornalismo: a notícia, a procura da verdade, a independência, a objetividade e uma noção de serviço ao público.”

Foi nesse período que houve o início da profissionalização do jornalismo, com o surgimento das primeiras universidades na Europa e Estados Unidos, que formavam escolas próprias para a formação de jornalistas. De acordo com Guimarães e Fernandes (2023, p.1), “ao longo do século XIX, numa época em que só a imprensa escrita existia como meio de comunicação de massa, os jornais desempenharam um papel revolucionário na vida social”.

Ainda assim, nota-se que, em todos os cenários, os avanços em torno da trajetória jornalística não eram pensados para sua própria evolução, mas sempre tinham como característica um teor circunstancial, sendo este movido, majoritariamente, pela política e economia. Conforme indica Felipe Pena (2005, p. 30), o avanço dos novos meios de comunicação estaria sempre relacionado a esses interesses. “[...] Foi assim com o telégrafo, criado para proteger as riquezas transportadas pelas ferrovias americanas no século XIX e com o rádio, usado estrategicamente durante a Primeira Guerra Mundial. Foi assim com o próprio jornalismo.” (Pena, 2005, p. 33).

A ascensão do rádio e da televisão, no século XX, provocou, portanto, uma grande mudança não apenas no que diz respeito à profissão, mas também no que se refere aos impactos que ela traz para a sociedade.

Assistiu-se a massificação do uso da rádio (anos 40-50) que mudou a forma de fazer jornalismo, assim como a implantação da televisão (1957). Nesse tempo a antiga máxima “a televisão mostra, a rádio conta e o jornal explica” atingiu o seu ápice. No entanto, uma mudança no nosso panorama mediático veio a alterar a forma de fazer jornalismo. Os jornais deixaram de explicar e passaram a “contar” e com um dia de atraso. (Guimarães; Fernandes, 2012, p. 5).

Essas novas mídias abriram portas para que o jornalismo pudesse se expandir, mas já indicava outros rumos para as rotinas produtivas dos jornalistas. “Durante boa parte do século XX, havia a máxima de que a velocidade era inimiga da boa informação.” (Berti, 2023, p.26). Nessa época, importava mais que os jornalistas se preocupassem com o processo de checagem e apuração da informação do que eles corressem o risco de publicar uma matéria com conteúdo falso.

Já no final do século XX e início do século XXI, com a chegada do webjornalismo, esse cenário mudou. O chamado jornalismo online revolucionou o meio de produção e trouxe não

somente um grande avanço para a sociedade, como também possibilitou a entrada de um novo campo no meio jornalístico, que antes envolvia apenas o uso do rádio, televisão e mídia impressa. No fim do século XX e à passagem para o século XXI, verificamos que o processo de identidade profissional do jornalista continua em mudança. (Guimarães; Fernandes, 2012, p. 5).

No que equivale à história do Jornalismo, Traquina (2023) explica que há uma grande variação entre as funções e a respectiva relevância do jornalista, mediante as características presentes na sociedade em que atuava – mantendo, no entanto, um padrão europeu de desenvolvimento da profissão, consoante às mudanças tecnológicas da imprensa, sobretudo aquelas decorrentes da industrialização.

Segundo Gonçalves e Santos (2012), em meio ao surgimento de novas tecnologias e mudanças que influenciam no modo de se fazer Jornalismo, é necessário que o jornalista se adapte e encontre novas habilidades para suprir as demandas na rede virtual “Para alguns, tal situação caracterizaria-se como ação inútil, já que a World Wide Web - WEB começa a limitar decisivamente o campo de abrangência não apenas de jornais impressos, mas o de rádio e televisão, projetando um futuro incerto para todos.” (Gonçalves; Santos, 2012, p. 2). Esse processo de adaptação resulta em uma nova sociedade de consumo, em acordo com seu estilo de vida e de modo a facilitar seu acesso, sobretudo pela agilidade, que agora, mostrava-se mais importante do que o detalhamento – diferente da era dos impressos.

Traquina (2023) afirma que, da mesma forma que o impacto tecnológico foi responsável por uma série de mudanças no jornalismo no século XIX, ele continuava transformando a profissão ao longo do século XX e ainda nos dias de hoje, e segundo ele “apertando cada vez mais a pressão de horas de fechamento, permitindo a realização de um valor central da cultura jornalística – o imediatismo.” (Traquina, 2023, p. 53).

O aumento no fluxo de informações e as novas tecnologias, provenientes da Revolução Industrial, sobretudo a partir do século XIX, tornaram possível o desenvolvimento do jornalismo online. Como reflexo da sociedade e de seus hábitos, o consumo da informação também se tornava mais veloz – o que revolucionou não somente sua produção, mas também sua distribuição.

A função do ciberjornalista nascia em uma grande intensidade, em que este profissional precisaria, sobretudo, de velocidade para abarcar as novas demandas e assumir diferentes atividades. Como ressalta Costa e Carvalho (2021), isso traria como consequência uma sobrecarga ao jornalista, tendo em vista que ele assume uma maior quantidade de tarefas, e,

portanto, há a exigência de multiprofissionalização no mercado de trabalho.

Em certos casos, o ciberjornalista terá de redigir notícias, produzir fotografia, áudio e vídeo, construir páginas Web, transpor conteúdos impressos ou audiovisuais para a rede, acrescentar hiperligações, fornecer interfaces que permitam aos utilizadores o recurso a bases de dados diversas. (Bastos, 2007, p.4).

À medida que havia a expansão da internet, o jornalista também deveria seguir o ritmo de utilização conjunta dos vários elementos pertencentes a essa mídia, utilizando-se da chamada convergência das mídias. “A convergência traz a ideia que novas e velhas mídias precisam interagir, das mais diversas formas, e não se anular ou competir, ou seja, a convergência contempla transformações no modo de produzir e nas formas de consumir os meios de comunicação.” (Costa; Carvalho, 2021, p. 8).

Soma-se a isso, o fato de que os leitores também se tornam agentes ativos, com participação na produção da notícia. Torna-se mais comum nos jornais a divulgação de vídeos enviados pelos próprios cidadãos ou até mesmo a interação com sugestões e feedbacks, por meio da interatividade – que agora, seria um recurso bem mais presente no jornalismo online. “Ao contrário dos leitores do jornal impresso, que recebem no dia seguinte o resultado de um processo de agendamento, seleção, comparação, análise e edição, os internautas testemunham o vaivém da produção da notícia.” (Aldé, et.al.; 2004, p.15).

Ainda nessa perspectiva, Cabral (2022, p.30) menciona que essa audiência, que outrora não tinha uma participação no processo de produção da notícia, hoje adquire uma contribuição significativa nesse desenvolvimento. Lemos (2005) também compartilha esse pensamento ao destacar a chamada Era da Conexão, que se caracteriza pela convergência na tecnologia e a participação ativa do usuário. “A revolução do acesso à internet sem fio, o Wi-Fi, mostra como as relações sociais e as formas de uso da internet podem mudar quando a rede passa de um “ponto de acesso” para um “ambiente de acesso” que coloca o usuário em seu centro.” (Lemos, 2005, p. 16).

Aguar e Andrade (2020), acrescentam a essa ideia o fato de que dos avanços do aparato tecnológico – com destaque para a revolução digital e os artefatos dotados de larga capacidade de processamento de informação – multiplicaram os fluxos de objetos técnicos que atravessam a sociedade contemporânea e induziram a constituição de dispositivos de mediação generalizada, em cujo centro encontra-se instalada a própria tecnologia.

Como fruto dessa revolução digital, as chamadas redes sociais digitais também

ganharam espaço no jornalismo. Costa e Carvalho (2021, p.6) destacam que “a internet surge então como uma nova forma, como um novo espaço para a dinâmica das comunicações sociais”. Por consequência, surge também um novo meio de comunicação, em que os usuários podem criar suas próprias comunidades virtuais e realizar interações uns com os outros.

De acordo com Berti (2023, p.38) o que antes era facilmente comunicado pelas rádios e/ou por meio da “boca a boca”, possui um acesso potencializado por meio das redes sociotécnicas, que de agora em diante, são capazes de informar em questão de segundos, não somente em uma mesma localidade, como também em estados e países diferentes. O autor ainda acrescenta que essas ferramentas são essenciais para a socialização de informações para públicos dos mais diferentes tipos, localizações, culturas, orientações e preferências.

Nas redes sociais digitais, a característica de interatividade e o grande fluxo de informações tornam esse um espaço cada vez mais aberto para socialização, havendo assim uma soma com as mídias anteriores (impresso, rádio, televisão), que agora, seriam acentuadas – com mudanças apenas em relação a suas formas de usos. Para Costa e Carvalho (2021), essa nova esfera se apresenta como fundamental no processo de produção e distribuição dos conteúdos noticiosos, no acesso e compartilhamento de informações pelos profissionais da comunicação. (Costa; Carvalho, 2021, p. 9).

Como também destaca Berti (2023, p. 18), o Jornalismo de agora sempre será diferente do Jornalismo de ontem, do ocorrido na década e século passados. A compreensão sobre essas raízes, entretanto, é fundamental para nortear os estudos do cenário atual. “Um conhecimento histórico do jornalismo ensina que, do tambor aos satélites, esta atividade foi sempre profundamente transformada pelas inovações tecnológicas.” (Stephens, 1988 *apud* Traquina, 2023, p. 20).

2.1.1 O jornalismo como campo científico – a influência da Teoria do *Newsmaking*

As mutações existentes no Jornalismo têm revolucionado não somente a compreensão sobre esse conceito, como também a atividade produtiva e os fatores que influenciam na sistematização e construção dos seus processos. Nota-se, porém, um debate entre os próprios profissionais no que se refere à sua função no contexto social, tornando-o objeto de reflexão no campo científico.

De acordo com Traquina (2023, p.147) “O estudo do jornalismo constitui um campo científico com já longas tradições que predatam a criação de cursos de Mestrado e Doutorado

nos anos 30 do século XX nos Estados Unidos”. O intuito era responder às questões que permeavam essa área, como por exemplo o papel da notícia, a participação do jornalista e demais perguntas que existiam em relação a sua formação e trabalho.

Tudo começou com a Teoria do Espelho, que surgiu ainda no século XIX, e que conforme menciona Traquina (2023), respondia que as notícias seriam um reflexo social, isto é, que elas são como são, porque a realidade assim as determina:

Os fragmentos da teoria desenvolveram-se nalguns países mais desenvolvidos, enquanto os meios de comunicação social, na altera a imprensa, cresceu como uma indústria. Com esse crescimento, houve um duplo processo que decorre todo o século XIX e prossegue no século XX: a comercialização do jornalismo e a profissionalização dos seus agentes, os jornalistas. (Traquina, 2023, p. 149).

Surgia, portanto, a ideia de reprodução da realidade, com base no positivismo. O que Traquina (2023), chamava de ‘novo jornalismo’, no séc. XIX, seria a substituição do que era opinativo, para o que agora, seguia um viés informativo e objetivo, com fidelidade aos fatos ocorridos.

Já a Teoria do *Gatekeeper*, por David White, foi a primeira teoria na literatura acadêmica, no século XX. De acordo com Traquina (2023), a palavra *gatekeeper* se refere a pessoa que toma as decisões em relação à notícia, isto é, o jornalista. Então, existia a concepção de que ele teria um papel ativo, não somente de observador.

Ao longo deste mesmo século, outras teorias, tais como a Teoria Organizacional, Teorias de Ação Política, Teorias Construcionistas, Teoria Estruturalista, Teoria Interacionista e outras, marcaram os estudos do Jornalismo. Todas elas trazem novos elementos que divergem entre si, mas que sugerem novas contribuições para o estudo do campo jornalístico.

A Teoria do *Newsmaking*, empregada dentro das Teorias Construcionistas, vem contrapor a ideia difundida pela Teoria do Espelho. O seu surgimento, em meados de 1970, tem como objetivo aprofundar os estudos sobre a forma como se dá a produção jornalística da notícia, tendo em vista que ela possui a ideia básica de que a publicação de notícias, bem como as características ligadas a elas, são fruto de uma rotina de produção, havendo assim, a necessidade de organização no trabalho para que a informação saia conforme o esperado.

Conforme indicam Cantanhede e Zanforlin (2020), essa teoria pressupõe que as notícias cumprem uma rigorosa rotina industrial, determinada pelos veículos de comunicação por causa da quantidade excessiva de fatos presentes no cotidiano. Os autores ainda acrescentam que,

para isso, há a necessidade de compreensão da prática jornalística nos veículos de comunicação: “Embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo”. (Pena, 2005, p.128).

Esse pensamento é reafirmado na concepção de Traquina (2023, p. 209), que indica que “o poder relativo dos jornalistas é também condicionado pelos constrangimentos organizacionais, bem como pelas práticas e rotinas que as empresas jornalísticas e os jornalistas necessitam criar para dar conta do recado: produzir as notícias em tempo útil”. Nota-se, a partir da reflexão dos autores, a evidência de uma preocupação com as práticas e os critérios que poderiam atestar a veracidade da notícia jornalística e que poderiam assumir um papel relevante na sua produção como um todo. Desse modo, nascia uma necessidade de avaliação quanto aos elementos que compunham uma matéria jornalística e a forma como o próprio profissional se comportava ao lidar com a busca por essas informações.

Cantanhede e Zanforlin (2020, p. 2), mencionam que, dentre as práticas propostas, estavam a noticiabilidade, que seriam os critérios definidos para a escolha das notícias; a sistematização, que seria a rotina de divisão das ações que envolvem a pauta, a reportagem e a edição e ainda os valores-notícia, que se norteia pelo senso comum das redações.

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (Silva, 2005, p. 96).

Segundo Traquina (2023, p. 193), entre os critérios utilizados para avaliar as fontes e a confiabilidade da informação, estão: 1) autoridade; 2) produtividade; 3) credibilidade. A análise de tais critérios é ainda hoje utilizada para que a fonte apresente uma informação credível em relação ao tema.

2.2 ROTINAS PRODUTIVAS DO JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE

As rotinas produtivas e suas variáveis são objetos de estudo desde a ascensão das pesquisas no campo jornalístico, sobretudo a partir do surgimento de novas mídias. Existe, porém, uma máxima que permanece em todos os meios de veiculação: a necessidade de garantir a precisão, confiabilidade e a veracidade da informação, principalmente no que se refere à ética jornalística em uma sociedade democrática.

É certo, porém, que como sugere a Teoria do *Newsmaking*, as mutações no próprio estilo de vida da sociedade e as novas rotinas que norteiam o jornalismo pós-industrial também são responsáveis por alterações na maneira como a notícia e as matérias jornalísticas são produzidas.

Os grandes avanços, principalmente no que se refere ao aparato tecnológico, trouxeram uma maior capacidade no processamento e armazenamento de informações, com um enfoque ainda maior para o imediatismo na sociedade contemporânea. É nesse cenário que Aguiar e Andrade (2020) ressaltam que a generalização da mediação tecnológica acarreta também em profundas transformações nos modos de atuação das práticas produtivas.

Esse novo modelo de produção baseado no processo de automação, com o uso de “bots”³ e algoritmos, já é interpretado como elemento inovador e, de certa forma, está alterando não só o saber jornalístico, como as rotinas produtivas e a representação social do campo jornalístico. (Aguiar; Andrade, 2020, p.69).

O pensamento dos autores se baseia na concepção de que a chegada da tecnologia transformou o modo das produções jornalísticas, como também trouxe novas formas de organização e execução do Jornalismo. O que anteriormente era baseado em um modelo de trabalho com carteira assinada, em que os profissionais precisavam cumprir sua jornada de trabalho nas redações e sair em busca das fontes, hoje assume novas funções alternativas.

Franciscato (2010) explica que a inovação no Jornalismo pode ser de três tipos principais: inovação tecnológica, inovação organizacional e inovação social. Conforme o autor argumenta, a inovação tecnológica não se trata apenas de um instrumento isolado de atualização industrial, mas também é capaz de provocar mudanças nas rotinas produtivas do jornalista, de modo a alterar também o formato do produto jornalístico.

As mudanças que ocorrem na tecnologia, portanto, também se sobressaem no campo do Jornalismo, influenciando assim na rotina dos profissionais das redações e trazendo à tona o conceito de “jornalista sentado” (Neveu, 2006). Esse princípio se une ao pensamento de Berti (2023), quando fala sobre o jornalista atual, isto é, aquele que busca mais informações da internet do que, de fato, sai às ruas para ir em busca das fontes, como era mais comum na era pré-industrial.

Berti (2023) ainda acrescenta que enquanto nos jornais impressos, era comum ter uma agenda de telefones – fruto de contato presencial – e que era uma grande conquista para o jornalista, atualmente, as conversas, apurações e checagens, muitas vezes são feitas por WhatsApp entre outras plataformas, ou ainda até pelos mecanismos de diálogos de redes sociais digitais, como o Instagram e o Facebook.

Como explica Assis (2017, p. 43), as redações têm priorizado rotinas produtivas distantes dos eventos ocorridos no meio social, com apurações feitas à distância, via telefone, internet ou outros dispositivos digitais, transformando o profissional da imprensa num “jornalista sentado”. De acordo com Pereira (2004), esse termo contrapõe o modo de investigação e apuração das informações que antes era comum, isto é, o “jornalista de pé”, que priorizava uma entrevista pessoal, face a face com as fontes.

Da mesma forma, Aldé; Xavier; Barretos (2004), ao mencionarem a prática jornalista, sugerem que na realidade, existe uma visão romântica que é atribuída ao jornalismo, como um profissional que é “investigador autônomo”, “cheio de iniciativa”, que “desloca-se pessoalmente em busca dos fatos”, onde quer que a notícia esteja – e, na prática, não é bem assim.

O manual de Ricardo Noblat, por exemplo, afirma que o bom jornalista sai da redação em busca da notícia. Desta forma, o uso do telefone e da internet não são proibidos, mas recomenda-se que sirvam apenas de ferramentas auxiliares ao jornalista, nunca como fontes principais. A internet para Noblat, é uma excelente fonte de pesquisa, mas uma entrevista via e-mail pode não ser “tão eficiente” como uma feita pessoalmente. De acordo com o discurso ético, o jornalista tem controle sobre as tecnologias, cabe-lhe ser criterioso e saber utilizar o que há de mais proveitoso nestas ferramentas. (Aldé; Xavier; Barretos, 2004, p. 13).

As rotinas produtivas no contexto atual, na verdade, podem ser alvo de intensos debates sobre o papel do jornalista e como a informação, propriamente dita, está sendo distribuída, o que também nos leva a uma série de questões, como por exemplo: Qual é o impacto das novas mudanças no modo de se fazer Jornalismo? Quais são essas novas tecnologias e como elas podem fornecer o suporte adequado para a apuração e checagem da informação?

Percebe-se, portanto, que atualmente, as rotinas produtivas estão mais dinâmicas e é notória a participação dos avanços tecnológicos nesse processo. O que antigamente se passava apenas dentro da redação, hoje já assume novos polos. O jornalista que precisaria ir até a fonte, possui meios de se conectar a km de distância e, de forma significativa, isso tem impactado na distribuição da notícia e nas mais diversas (e inovadoras) funções que nascem juntamente com essas transformações.

O mundo, literalmente, está a um clique de nossas telas. O que se precisa não é mais uma equipe de pessoas com ótima memória e muito boa capacidade de organização do que foi produzido no meio, mas sim uma pessoa que saiba operar e/ou organizar um bom sistema informático que disponibilize esses arquivos, via rede interna (ou até virtual) para a redação. (Berti, 2023, p. 72).

A cada nova mudança que surgiu e que vem surgindo no Jornalismo, havia também o desafio de adaptação para os jornalistas, que embora estivessem muitas vezes temerosos quanto aos seus cargos e funções, puderam aproveitar novas oportunidades, recursos e aparatos que seintegravam a essas inovações.

Isso, porém, não significa que os recursos do passado seriam simplesmente abandonados. “Novas formas de jornalismo surgiram, mas a necessidade de “criar ou experimentar” essas formas não é fazê-lo à toa, como se o futuro nada tivesse a ver com o passado”. (Guimarães; Fernandes, 2012, p. 5). Nesta mesma concepção, Aguiar e Andrade (2020) afirmam que é necessário desfazer o equívoco de que o que é contemporâneo anula e rompe com todo o processo técnico vivido anteriormente.

Ioscote (2021) também concorda quando indica “Na contemporaneidade, o jornalismo é digital e o trabalho on-line requer novas habilidades por parte dos jornalistas, como o domínio de ferramentas tecnológicas para a busca de informações em base de dados e técnicas de visualização”. (Ioscote, 2021, p. 167).

Como apontado pelos autores, o cenário atual (e o que está por vir), em sua variedade de avanços tecnológicos que vêm sendo implementados, não buscam apagar o que já foi feito, mas trazer melhorias para os processos e otimizar as rotinas produtivas jornalísticas, somando-se ao que já fora criado. O modo de se fazer Jornalismo, portanto, tem acompanhado esses processos, inclusive com auxílio de dispositivos tecnológicos que tendem a otimizar seu trabalho.

2.3 A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO

A Inteligência Artificial (IA), uma das grandes responsáveis pela discussão presente neste estudo, é uma das questões mais reverberadas no cenário social, tecnológico e, por consequência, nas rotinas produtivas do campo jornalístico no século XXI.

O cientista, matemático e criptógrafo britânico Alan Turing foi o grande responsável pelo início dos estudos referentes à inteligência artificial, quando em 1950, ele formulou a ideia

de uma máquina que “pensa”. O filme *O Jogo da Imitação* (2014) conta a história de Alan, que juntamente com outros matemáticos e criptógrafos, foi um dos profissionais contratados pelo governo do Reino Unido, durante a Segunda Guerra Mundial, para desvendar a criptografia alemã.

Embora a intenção da máquina fosse decifrar os códigos nazistas, conforme aborda Berti (2023), com essa criação, Alan teve um grande impacto para revolucionar a maneira como os seres humanos se relacionam com as máquinas. Inicialmente, esses inventos eram utilizados apenas em prol de avanços tecnológicos para a Segunda Guerra Mundial, que logo mais, se transformaram em inovações no setor computacional e que, mais tarde, deram origem à inteligência artificial como conhecemos nos dias de hoje.

O autor ainda explica que, embora tenha sido importante para os seus estudos, não foi Alan o responsável por esse termo. Ele surgiu apenas em 1956, em uma Conferência sobre Computação na Dartmouth College, nos Estados Unidos, quando foi apresentado seu significado:

A nomenclatura Inteligência Artificial advém do conceito de reprodução da própria inteligência humana, o que nos diferencia como animais diferenciais relacionados a outros seres, de maneira a ser feita por outros dispositivos computacionais, abrangendo desde o estudo universal, passando por estudos de percepção até a realização de tarefas específicas. (Berti, 2023, p.63).

Ioscote (2021) acrescenta que o estudo da IA foi desenvolvido por John McCarthy, um cientista da computação estadunidense, que juntamente com outros colegas da instituição, seguiu os estudos neste campo e “associou a linguagem e a inteligência ao raciocínio, ao aprendizado e à resolução de problema”. (Ioscote, 2021, p. 163).

Além disso, no webinar *IV Ciclo: IA e ChatGPT: possibilidades e dilemas éticos*, Santaella (2023) menciona que a IA foi idealizada desde o século XX, ainda que nos dias de hoje, haja uma grande ascensão do debate em torno dessa tecnologia:

A IA é, hoje, uma senhora de 70 anos. Ela começou no século passado e a proposta inicial era, de fato, desenvolver formas de inteligência maquina que imitassem a inteligência humana. De 10/12 anos pra cá, a coisa pegou fogo, porque a quantidade de computadores e a escalabilidade aumentou de forma imensa e o custo das máquinas baixaram. Houve, também, o crescimento de dados. E quem é que fornece estes dados? Somos nós, seres humanos. A ciência de dados começou a galopar no fim dos anos 90, em 2000. A inteligência artificial, portanto, surgiu como uma soberana, porque ela auxilia na padronização desses dados. (Santaella, 2023).¹

A autora ainda menciona que a tendência é que haja uma multiplicação da inteligência artificial, sendo esta, fruto da capacidade humana: “A inteligência artificial, se alimenta da

¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1yjFBBxfzgU>. Acesso em: 17 out. 2023.

inteligência humana. É uma operadora estatística muito sofisticada e, nisso, ela é melhor que o humano. O ser humano é bom em estatística, mas não é bom quando o número de dados é imenso”. (Santaella, 2023).²

No curso *Como usar o ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa em sua redação*, promovido pelo Knight Center³, Hamilton (2023) explica que houve um período chamado de inverno da IA, em 1980, que se caracterizou pelo “congelamento” no que se refere aos estudos desse campo, tendo em vista que os pesquisadores ainda não tinham explorado a capacidade de aprendizado da linguagem pelas máquinas. Contudo, o autor ressalta que, a partir dos anos 2000, os estudos e financiamentos de pesquisa deste campo foram retomados, quando houve a descoberta da capacidade de aprendizado pelas redes neurais e uso do *Large Language Model (LLM)*, que em português, significa “Grande Modelo de Linguagem”.

Do século XX para o século XXI, portanto, são crescentes os avanços equivalentes à IA e aos recursos originados a partir dela. É notória sua popularização no contexto atual, tendo em vista que essa evolução se apresenta em nosso dia a dia, com um aparato tecnológico capaz de otimizar processos em ambientes comerciais e, até mesmo, residenciais; nos mais variados setores da sociedade, inclusive influenciando as profissões. E não menos importante, ela também está presente nas rotinas produtivas do próprio Jornalismo.

Conforme explica Berti (2023), ainda que o Jogo da Imitação, por Alan Turing, tenha dado início à IA, foram os estudos posteriores referentes a esse assunto, os responsáveis por originar os sistemas de Inteligência Artificial, inclusive os recursos utilizados para o campo do Jornalismo. Aguiar e Andrade (2020) afirmam que, muitas redações e organizações jornalísticas, inclusive, já inseriram os robôs nas rotinas produtivas na rotina dos jornalistas, com o argumento de que uma máquina cumpre a função do rastreamento melhor do que os profissionais.

A inteligência artificial integra diversas esferas e assume diferentes funções para cada uma delas, mostrando seu potencial e amplitude, que embarcam desde os algoritmos que estão presentes nas redes sociais digitais, como Instagram e Facebook, que buscam personalizar as recomendações de acordo com os interesses dos usuários, até os sistemas de reconhecimento facial que usamos para entrar no celular e as assistentes virtuais, como a famosa *Siri*⁴ da Apple, e a *Alexa*⁵, da Amazon, que funcionam por meio de comandos de voz.

Nunca é demais repetir que se tornou impossível ignorar a IA hoje. Praticamente quase tudo que chega até nós no cotidiano já está impregnado de algoritmos de IA: livros, filmes, notícias, jogos, motores de busca e todas as

² Ibidem.

³ Disponível em: <https://www.kccourses.org/course/view.php?id=112#section-0>. Acesso em: 23 out. 2023.

⁴ Assistente virtual da Apple, controlado por comando de voz.

⁵ Assistente virtual da Amazon, controlado por comando de voz.

plataformas e aplicativos da Web com os quais aprendemos a conviver e sem os quais ficaria difícil viver. Ela também se faz presente nos robôs, tanto nos chats quanto nos robôs humanóides, incrementados com padrões emocionais facilitadores da interação com os humanos. (Santaella, 2023, p.12).

Em seu livro *A Inteligência artificial é inteligente?*, Lúcia Santaella (2023) questiona os motivos pelos quais a IA é considerada nova e desconfortável, concluindo que ela faz parte de um processo de redescobrimento acerca da própria humanidade e de sua capacidade, potencial e limitações, sobretudo diante da divergência com a própria IA: “Distinta das muitas tecnologias de comunicação e informação, provenientes da revolução industrial e pós-industrial, a IA desafia a novos sobre nós mesmos”. (Santaella, 2023, p. 15).

Ainda no pensamento da autora, esse recurso tecnológico é fruto de um aprendizado que começa a partir dos humanos, como os próprios responsáveis por “treinar” a IA e estabelecer os devidos padrões pelos quais elas funcionam:

Existe um princípio na inteligência artificial, que desde que as redes se criaram sob aquilo que se chama interatividade, nós passamos a ser procriadores, porque a rede sozinha, não faz nada. Ela precisa do usuário. E é o usuário que determina o próprio desenvolvimento das redes. Desde os primeiros chats, porque hoje, a Alexa virou um brinquedinho. Com a inteligência artificial, esses chats aprendem com você e vão se adaptando aquilo que você busca e aquilo que você quer. (Santaella, 2023).⁶

Esse processo de associação da potencialidade humana frente à IA tem sido alvo de crescentes debates, sobretudo após o desenvolvimento de novas ferramentas de IA generativa (GenAI), em que é utilizada uma ampla base de dados com padrões que são lidos e interpretados por meio do sistema de *machine learning* (ML), em português, chamado de aprendizado de máquina:

O cientista inglês Alan Turing questionava, em 1950: “As máquinas podem pensar?”. Mais tarde, ele substituiu a palavra “pensar” por “imitar”. Nascia então, o teste batizado de “jogo da imitação”. Nele, um computador reproduziria tão bem o que é um ser humano que poderia se passar por uma pessoa. A grosso modo, é assim que a inteligência artificial funciona até hoje. Amparados pelo método Machine Learning (aprendizado máquina, em português), programadores criam códigos que se retroalimentam, cruzando informações de usuários e a realidade social em torno deles. (Carneiro; Capuano, 2021).⁷

Esse sistema dá origem aos chamados *chatbots*, que são *softwares* de inteligência artificial, com o objetivo de manter uma interação por meio de respostas em textos com os usuários. O surgimento do primeiro *chatbot* foi em 1966, quando Joseph Weizenbaum, professor do Instituto de Tecnologia de Massachusetts, deu origem à chamada “Eliza”. Conforme apontado na matéria Weizenbaum’s nightmares: how the inventor of the first chatbot turned

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1yjFBBxfzgU>. Acesso em: 17 out. 2023.

⁷ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/algoritmos-a-inteligencia-artificial-ja-chegou-edominou-nossas-vidas>. Acesso em: 16 out. 2023

against AI, do The Guardian (2023)⁸, Eliza foi escalada para o papel de psicoterapeuta. Neste sentido, um usuário poderia digitar uma mensagem em uma máquina de escrever elétrica com conexão a um mainframe e, depois de um tempo, o “psicoterapeuta” responderia.

Uma das principais características já apontadas nesse invento, era a dificuldade de discernimento que as pessoas teriam para saber se aquele texto teria sido produzido por um humano ou pelo chatbot Eliza. Da mesma forma, hoje, os *chatbots* adquirem tamanha capacidade de ‘persuasão’, que facilmente a escrita poderia ser reconhecida como humana.

Conforme explica Ioscote (2021), enquanto há a projeção da IA para auxílio em decisões estratégicas e execução de atividades, os algoritmos têm a missão de fundamentar as operações de *software* e cumprem o papel da reestruturação de informações e auxílio na produção do cotidiano – o que também pode ser utilizado a favor do jornalista. Ao contribuir sobre a questão da aprendizagem de máquina, Cabral (2022) ainda menciona que os algoritmos podem ser programados apenas uma vez para que eles sigam em processo de aprendizagem – fato esse que norteia grande parte das discussões acerca do futuro da prática jornalística. E ainda acrescenta:

Agências de notícias com foco em fact-checking têm utilizado os robôs em seus processos e práticas, especialmente para a atuação em redes sociais digitais e/ou aplicativos de mensagens, seja para a escrita de pequenos textos noticiosos ou como forma de relacionamento com a audiência, como é o caso dos chatbots. (Cabral, 2022, p. 17).

Juntamente com a ascensão dessa tecnologia, nota-se uma preocupação entre os próprios indivíduos quanto à substituição dos seus empregos e atividades pelas novas ferramentas. De acordo com Berti (2023), a presença desses recursos nas empresas demonstra uma crescente automação nos processos e demanda uma menor necessidade de intervenção humana direta, o que gera, portanto, esse tipo de questionamento. Há uma defesa e crença que a IA vai acabar, sim, com alguns postos de trabalho, mas não todos, porque a maioria deles, ao menos por enquanto, não conseguiram ainda imitar por completo o entendimento, faces, interfaces e imprevisibilidades de nós, humanos. (Berti, 2023, p. 67).

A World Association of New Publishers (WAN-IFRA), juntamente com o SCHICKLER Consulting Group, conduziu uma pesquisa global com mais de 100 executivos sobre os usos da IA generativa nas redações jornalísticas⁹. Os resultados apontam que entre as principais preocupações em relação à sua aplicação, está a possibilidade de imprecisões do conteúdo, conforme foi assinalado por 8 a cada 10 participantes da pesquisa. Além disso, 38% dos entrevistados acreditam que o aumento do uso da IA generativa terá impacto nos seus

⁸ Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2023/jul/25/joseph-weizenbaum-inventor-eliza-chatbot-turned-against-artificial-intelligence-ai>. Acesso em: 19 out. 2023.

⁹ Disponível em: <https://wan-ifra.org/mp-files/gauging-generative-ai-exec-summary.pdf/>. Acesso em: 17 out. 2023.

empregos.¹⁰

Embora a presença da inteligência artificial já seja notória na sociedade, seja por meio de ferramentas de análise de texto ou atendimento ao cliente, à medida que há a difusão dentro do campo jornalístico, deve-se levar em consideração a discussão sobre seus impactos para a profissão no presente e no futuro, seja na produtividade, eficiência ou até mesmo na função e nos empregos dos jornalistas.

A cada inovação que surgiu no jornalismo, houve juntamente uma resistência, seja por parte da população, seja por parte dos próprios profissionais. Para Berti (2023), desde o século XX, quando seu papel já era identificado perante a sociedade, o jornalismo já vivia uma série de desafios, e como diz o autor “ele sempre sobreviveu, inclusive sempre ressignificando juntamente com as pessoas que o faz e, mais ainda, com quem o consome”. (Berti, 2023, p. 28). Conforme está explícito em matéria da Veja (2021), um Relatório do Fórum Econômico Mundial mostra que 85 milhões de empregos serão cedidos para a inteligência artificial até 2025. Ao mesmo tempo, porém, estima-se que 97 milhões de vagas serão criadas com seu avanço. Nessa mesma perspectiva, a reportagem da BBC (2023), intitulada As 3 etapas da inteligência artificial e por que a 3ª pode ser fatal¹¹, destaca que “um relatório do banco de investimentos Goldman Sachs estimou no final de março que a IA poderia substituir um quarto de todos os empregos humanos hoje, embora também crie mais oportunidades e novos empregos”. (BBC, 2023). Esses dados demonstram a necessidade de que os próprios profissionais tenham atenção a essas mudanças e possam se reinventar, mantendo-se atualizados acerca das inovações tecnológicas que permeiam o seu campo de atuação.

Aguiar e Andrade (2020) também questionam quais seriam os usos dos *chatbots* e demais ferramentas de inteligência artificial generativa no jornalismo e as implicações que poderiam trazer para todos os profissionais desse campo:

A questão do uso de robôs a serviço do jornalismo merece um olhar especial nas pesquisas futuras porque, na mesma medida da sua aceleração, existe ainda em processo de acomodação difícil de ser digerido com facilidade pela comunidade jornalística. Afinal, a questão central do jornalismo contemporâneo é a utilização dos processos de automação nas rotinas produtivas ou os jornalistas deveriam conectar-se aos novos sistemas de mediações algorítmicas e reforçar a credibilidade do campo jornalístico? (Aguiar; Andrade, 2020, p. 77).

O questionamento de Aguiar e Andrade (2020), traz uma nova perspectiva sobre o aprofundamento do jornalista quanto aos estudos da IA, dos algoritmos e dos usos desses recursos como ferramentas na própria execução da rotina de produção. O autor sugere que embora ainda seja uma novidade, é uma grande possibilidade que haja a “formação de um

¹⁰ Disponível em: <https://wan-ifra.org/mp-files/gauging-generative-ai-impact-on-newsrooms.pdf/>. Acesso em: 17 out. 2023.

¹¹ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cw5kyywz074o>. Acesso em: 10 set. 2023.

profissional híbrido, capaz de conjugar o saber jornalístico com a expertise de processos no desenvolvimento de robôs, regressões estatísticas, habilidades em cálculos probabilísticos”. (Aguiar; Andrade, 2020, p. 73).

É possível avaliar que se, por um lado, a abordagem e o uso dos processos de automação no rastreamento de dados podem ser interessantes como ferramentas para o trabalho jornalístico, por outro, a investigação, a reportagem, a expertise, a mediação e o trabalho minucioso jornalístico nunca serão substituídos por máquinas, pois demandam interpretação. Desse modo, é legítimo que o jornalista adquira novos saberes do ponto de vista tecnológico para agregar mais conhecimentos às rotinas produtivas no âmbito das plataformas digitais. (Aguiar; Andrade, 2020, p. 77).

Tal ponto de vista nos remete à reflexão sobre o fato de que, embora as ferramentas de inteligência artificial generativa tenham grande potencial de auxílio nas organizações jornalísticas, esses recursos são produzidos e ensinados por humanos. “Uma coisa que ChatGPT e similares não deverá ter são competências e habilidades que humanos têm, em muitos casos, naturalmente. Como a capacidade de se comunicar com outros humanos de forma sofisticada”. (Meira, 2023). Sendo assim, à mesma medida que elas conseguem otimizar a produção, sobretudo em caso de atividades repetitivas, essas máquinas também aumentam a demanda por profissionais que saibam usá-las da forma adequada. Isso requer novas habilidades e, portanto, abre margem para o surgimento de novas atividades no campo do jornalismo.

2.3.1 Os dilemas éticos dos usos da IA no Jornalismo

Da mesma forma que os usos da IA generativa no jornalismo têm contribuições para o exercício da profissão, sua implementação também acompanha uma série de preocupações, incluindo o uso ético nas organizações jornalísticas. “Tais inovações despertam inquietações e, ao mesmo tempo que, por vezes, fascinam, também ocasionam dilemas”. (Ioscote, 2021, p.163). Considera-se, portanto, que há uma urgência no que se refere à elaboração de manuais e regras, a fim de que esse uso seja moderado e consciente, em respeito ao próprio ao público e a qualidade da informação.

No webinar *IA Generativa: O que os jornalistas precisam saber sobre ChatGPT e outras ferramentas*¹², realizado pelo Knight Center, Rinehart (2023), gerente sênior de estratégia de produto de IA da iniciativa de IA de notícias locais da Associated Press, destacou que, neste período de expansão da IA generativa, é de suma importância que os próprios jornalistas façam seus próprios experimentos em relação a essas novas ferramentas. “As Big

¹² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Evkum_8ZB0U&t=3246s. Acesso em: 17 out. 2023.

Techs vieram e falaram como a internetia funcionar e nós estivemos em conformidade com todas as regras. [...] Está na hora de os jornalistas fazerem as experiências, ver onde tem os pontos fracos e fortes, aprender e aí criarnormas em relação a isso.” (Rinehart, 2023).

Ainda no painel, Hamilton (2023), engenheiro de aprendizado de máquina e pesquisador residente de IA na organização de jornalismo Hacks/Hackers, acrescenta:

Olhando para o futuro, essa tecnologia está só no começo de nós entendermos comofunciona. Então, grande parte disso tem a ver com fazer experiências, fazer perguntas básicas e lembrar que nós não sabemos como funciona, mas sabemos como foram treinados, principalmente com jornalistas e organizações de noticiários.É importante que não só desenvolvam políticas para trabalhar com a IA, mas que controlem seus próprios dados. (Hamilton, 2023).

No que se refere aos dilemas éticos que envolvem esses usos, Aguiar e Andrade (2020) mencionam a importância de haver uma transparência pelos jornalistas e redações quanto a trajetória percorrida, bem como as ferramentas utilizadas para formular uma matéria jornalística:

Por fim, tem-se a dimensão ética, compreendendo que na tecnologia não estão embutidos os valores éticos fundamentais do jornalismo. [...] Nesta dimensão ética, seria legítimo que o jornalista apresentasse os dados investigados, as fontes que o auxiliaram na construção textual e o caminho percorrido para a produção de uma determinada matéria, demarcando assim a busca de uma ética de transparência. (Aguiar; Andrade, 2020, p. 76).

Como concordam os autores em relação à automatização de processos, também deve-se levarem consideração que assim como há a ascensão da inteligência artificial generativa e das possibilidades de usos nas redações, existe também uma demanda urgente quanto ao estabelecimentode diretrizes que regulamentam esses usos, baseando-se nos valores éticos que permeiam o jornalismo.

No mês de julho de 2023, o jornal *Nieman Lab* divulgou uma tabela, com as principais diretrizes e normas de uso da IA generativa em organizações jornalísticas presentes em diversos continentes, incluindo Europa, Ásia, América do Norte e América Latina. Veja a seguir:

Tabela 1- Visão geral das diretrizes selecionadas sobre IA generativa

PORTAL DE NOTÍCIAS	PAÍS	TIPO DE DOCUMENTO
The Guardian (link)	Reino Unido	Diretrizes
ANP (link)	Países Baixos	Diretrizes
Mediahuis (link)	Bélgica/Países Baixos	Diretrizes

Flemish Organization for Journalism (RVDJ) (link)	Bélgica	Uma recomendação no seu código geral para jornalistas
Norwegian Tabloid (VG) (link)	Noruega	Publicação sobre resumo da IA
Volkskrant (link)	Países Baixos	Protocolo
Aftonbladet/ Schibsted (link)	Suécia	Política geral sobre IA
Ringier (link)	Suíça	Diretrizes
DPA (link)	Alemanha	Diretrizes
Heidi.News (link)	Suíça	Carta deontológica
Le Parisien (link)	França	Diretrizes
DJV (link)	Alemanha	Posicionamento
FT (link)	Reino Unido	Carta do editor
STT (link)	Finlândia	Diretrizes
Reuters (link)	Estados Unidos	Princípios
News Media Alliance (link)	Estados Unidos	Princípios
Insider (link)	Estados Unidos	Nota do editor

PORTAL DE NOTÍCIAS	PAÍS	TIPO DE DOCUMENTO
Wired (link)	Estados Unidos	Artigo no site
CBC (link)	Canadá	Diretrizes
Hongkong Freepress (link)	China	Código de ética
Nucleo (link)	Brasil	Políticas de uso da IA

Fonte:¹³. Tradução nossa.

Além da tabela, o portal realizou uma análise de acordo com os padrões que envolvem as diretrizes encontradas, de modo a encontrar características e normas em comum. Entre os principais tópicos encontrados estavam: 1) Supervisão; 2) Transparência; 3) Usos permitidos e proibidos; 4) Prestação de contas e responsabilidade; 5) Privacidade e confidencialidade; 6) Experimentação cautelosa; 7) Intenção estratégica de uso; 8) Treinamento; 9) Viés; 10) Adaptabilidade das diretrizes. Outros tópicos de avaliação que, segundo o portal, foram menos mencionados, envolvem: cadeia de mantimentos, conformidade legal, personalização e feedback do usuário.

A ideia das observações, portanto, seria estabelecer as próprias diretrizes para que outras organizações, que ainda não tivessem suas próprias regras, pudessem formar sua própria abordagem, levando em consideração as necessidades e ponto de vista da equipe sobre os usos da IA generativa. Entre as dicas estabelecidas, estão:

Revise as diretrizes e códigos de ética existentes: [...] ao elaborar ou atualizar diretrizes à luz da IA generativa, sugerimos que seria valioso rever os códigos de conduta e os princípios jornalísticos existentes como base para pensar como e se esses princípios podem ser respeitados face às mudanças estimuladas por IA generativa. 2) Adote uma abordagem de avaliação de riscos: As organizações noticiosas podem beneficiar da adoção de uma abordagem sistemática de avaliação de riscos no desenvolvimento de directrizes. 3) Estabeleça um grupo diversificado para elaborar diretrizes: [...] sugerimos que é importante estabelecer um conjunto diversificado de partes interessadas dentro da sua organização de notícias para discutir e definir o escopo adequado das diretrizes. (Cools; Diakopoulos, 2023).¹⁴

Conforme demonstra a *Tabela 1*, a primeira organização jornalística do Brasil a disponibilizar uma política sobre o uso de IA foi o *Portal Núcleo*, que publicou a norma no dia 18 de maio de 2023. De acordo com a política “O uso de inteligência artificial deve ser aplicado para facilitar o trabalho do jornalismo, não o produzir.” Além disso, eles dispuseram regras com permissões e limitações de usos da IA, com especificidades para a área editorial e para a área de produtos e

¹³ Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/>. Tradução nossa. Acesso em: 17 out. 2023.

¹⁴ Ibidem.

bots do veículo.

Ainda nessa perspectiva, em agosto de 2023, 26 organizações globais, incluindo a *Associação Nacional de Jornalistas (ANJ)*, se juntaram para criar políticas de regulamentação de uso da inteligência artificial pelos jornalistas ¹⁵. Entre os princípios utilizados para a regulamentação, estão: propriedade intelectual, transparência, responsabilidade, qualidade e integridade, justiça, segurança, design e desenvolvimento sustentável. De acordo com a publicação da WAN-IFRA, o objetivo do documento é “garantir a capacidade contínua dos editores de criar e disseminar conteúdos de qualidade, facilitando ao mesmo tempo a inovação e o desenvolvimento responsável de sistemas de IA confiáveis”. (WAN-IFRA, 2023).¹⁶

Embora a disponibilização das normas de regulamentação para o uso ético da IA, faz-se necessária à educação dos profissionais sobre essas normas, para que então haja a aplicação prática nas organizações.

¹⁵ Disponível em: <https://cdn.wan-ifra.org/wp-content/uploads/2023/09/06095924/20230905-Global-AI-Principles-Formatted.pdf>. Acesso em: 17 out. 2023.

¹⁶ Disponível em: <https://wan-ifra.org/2023/09/global-principles-for-artificial-intelligence-ai/>. Acesso em: 17 out. 2023.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Levando em consideração que o objetivo desta dissertação é explorar os usos das novas ferramentas de inteligência artificial generativa nas rotinas produtivas dos jornalistas, bem como avaliar quais são as perspectivas dos jornalistas em relação às ferramentas no cenário atual e futuro da profissão, este capítulo visa trazer a abordagem e os procedimentos metodológicos utilizados para o alcance dos resultados.

3.1 MÉTODO DE PESQUISA APLICADO

Conforme explicam Toledo e Shiaishi (2009), o método é formado por uma série de ações que possibilitam o estudo de um fenômeno. Desse modo, foi realizado um estudo de caso, visando coletar informações para análise dos processos, que neste estudo, possibilitam a exploração quanto à percepção e usos das ferramentas de inteligência artificial pelos jornalistas. “O método (estudo de caso) é empregado com o objetivo de coletar e documentar dados sobre um fenômeno específico”. (Toledo; Shiaishi, 2009, p. 106).

Nessa perspectiva, a pesquisa utilizada no presente estudo foi a exploratória, juntamente com a descritiva, posto que essa associação foi a abordagem mais adequada para realizar um mapeamento das discussões de IA aplicadas ao Jornalismo, a fim de obter a compreensão e aprofundamento sobre o tema. “Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses.” (Gil, 2002, p.41).

Gil (2002) ainda destaca que as pesquisas descritivas se caracterizam pelo levantamento de informações, crenças e pontos de vista de um determinado grupo. “[...] uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.” (Gil, 2002, p. 42).

A ideia, portanto, é fornecer uma base de respostas acerca das concepções no campo de estudo das ferramentas de inteligência artificial no Jornalismo e suas aplicações nas rotinas produtivas do jornalista, fornecendo assim, uma base para ampliar o aprofundamento da temática.

3.2 JUSTIFICATIVA E ELEMENTOS DE INTERESSE

Esta pesquisa surgiu de uma série de questionamentos sobre as novas funções e atribuições que existem no Jornalismo, as possibilidades de adaptação em relação a as novas tecnologias que estão surgindo, bem como o presente e o futuro do mercado de trabalho jornalístico, sobretudo após a criação do ChatGPT, ferramenta esta que, em menos de um ano, já alcançou mais de 100 milhões de usuários pelo mundo.

Além disso, também emergiu da busca por respostas acerca da visão e uso dessas inovações pelos jornalistas, partindo das seguintes perguntas: Até que ponto as ferramentas de IA generativa influenciam na profissão do jornalismo? Como os(as) profissionais e redações estão utilizando essas ferramentas? Qual é o potencial, as contribuições e preocupações que elas trazem a esta categoria? Esses questionamentos se fazem necessários para a compreensão sobre como elas refletem nos conteúdos e processos jornalísticos e, por consequência, na sociedade.

3.3 ABORDAGEM E PROCEDIMENTOS REALIZADOS

A abordagem definida para esta pesquisa foi a mista, que mescla os métodos qualitativo e quantitativo e que, segundo Creswell (2007), se caracteriza pela combinação do estudo e investigação de um elemento central (qualitativa), juntamente com testes e/ou a coleta de dados referentes (quantitativa). “[...]um problema de pesquisa de métodos mistos pode ser um em que existe tanto a necessidade de entender a relação entre as variáveis em uma situação quanto a de explorar o tópico com mais profundidade.” (Creswell, 2007, p. 90).

O processo de seleção do material foi definido a partir da busca por artigos, livros, matérias, com base no mapeamento de informações relevantes. Filmes, séries e documentários nesse contexto, como por exemplo, *O jogo da imitação* (2014), também serviram de base para o aprofundamento do tema.

No primeiro momento, foi realizado o estudo bibliográfico e revisão de literatura, com base em autores como Berti (2023), Cabral (2022), Rinehart, Hamilton e Burgos (2023) e Santaella (2023), para estudo sobre a inteligência artificial e sua aplicação no Jornalismo; Traquina (2023), Aguiar e Andrade (2020) e Pena (2015) para abordar a Teoria do *Newsmaking* e as rotinas produtivas no Jornalismo.

Como se trata de um campo de estudo relativamente novo entre os pesquisadores, foi

aplicado também o estudo midiático, sobretudo para a análise de matérias jornalísticas sobre os algoritmos, histórico da IA generativa e *chatbots* e emprego das ferramentas de inteligência artificial nas organizações, entre outros autores.

Partindo disso, houve a análise de três matérias em que jornalistas mencionam os primeiros experimentos que realizaram com o ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa, mostrando suas impressões e opiniões sobre a influência desses usos no seu cotidiano. Isso porque, entre as vinte matérias selecionadas para estudo, apenas três delas mencionaram, de fato, os experimentos dos jornalistas na prática e seus respectivos pontos de vista sobre o uso desses novos dispositivos.

No segundo momento, foi desenvolvida uma pesquisa quantitativa pelo Google Forms, dividida em dois questionários, entre os quais um deles se destinava aos jornalistas, e o outro, para estudantes de Jornalismo. Ambos foram intitulados como “Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo”, marcando o total de 10 perguntas relacionadas ao emprego das novas ferramentas de inteligência artificial no Jornalismo, com foco no ChatGPT, e ficaram disponíveis para contribuição do público-alvo entre os dias 19 de setembro de 2023 e 03 de outubro de 2023. Essas perguntas foram destinadas para jornalistas, a fim de coletar respostas sobre o uso dessa ferramenta por participantes que já estariam exercendo a profissão; e também foram adaptadas para estudantes de Jornalismo, tendo em vista que na graduação, já é possível realizar a prática por meio de matérias jornalísticas de âmbito acadêmico e os estágios supervisionados. Entre o público de jornalistas respondentes, estavam colaboradores da Rede Paraíba de Comunicação, Sistema Master de Comunicação, Empresa Paraibana de Comunicação, entre outros. Já no que se refere aos estudantes de Jornalismo, estavam graduandos(as) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Uninassau João Pessoa, Universidade de Sorocaba, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), entre outros. A pesquisa, portanto, atingiu um público presente em diversas localidades do Brasil.

O período, contudo, foi escolhido devido à finalização dos tópicos iniciais de fundamentação teórica, tendo como objetivo o avanço da pesquisa, de modo a coletar os dados necessários sobre o uso do ChatGPT e atingir o máximo de respondentes possível entre jornalistas e estudantes de Jornalismo, a partir da distribuição por meio das redes sociais como LinkedIn, Instagram e Whatsapp.

Em seguida, houve a coleta e análise dos resultados para posterior discussão em torno dos resultados alcançados. Todo o processo, portanto, contribuiu para a realização do presente estudo.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Atendendo ao propósito desta monografia, que é compreender os usos da IA no Jornalismo, ao longo deste capítulo, foram explanadas a apresentação e discussão dos resultados da pesquisa referente ao objeto de estudo.

No primeiro tópico, há a explicação e aprofundamento sobre o que é o ChatGPT e como sua popularização têm implicado no surgimento de outras ferramentas de IA generativa, como o Google *Bard*. Além disso, foi realizada a análise de conteúdo midiático com experimentos de jornalistas e suas considerações sobre a aplicação dos *chatbots* nas rotinas produtivas.

No segundo tópico deste capítulo, também foram inseridos os resultados e posterior análise dos dois questionários distribuídos para pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo. A primeira parte foi composta pelo público de jornalistas e a segunda, pelos estudantes de Jornalismo.

4.1 A POPULARIZAÇÃO DO CHATGPT

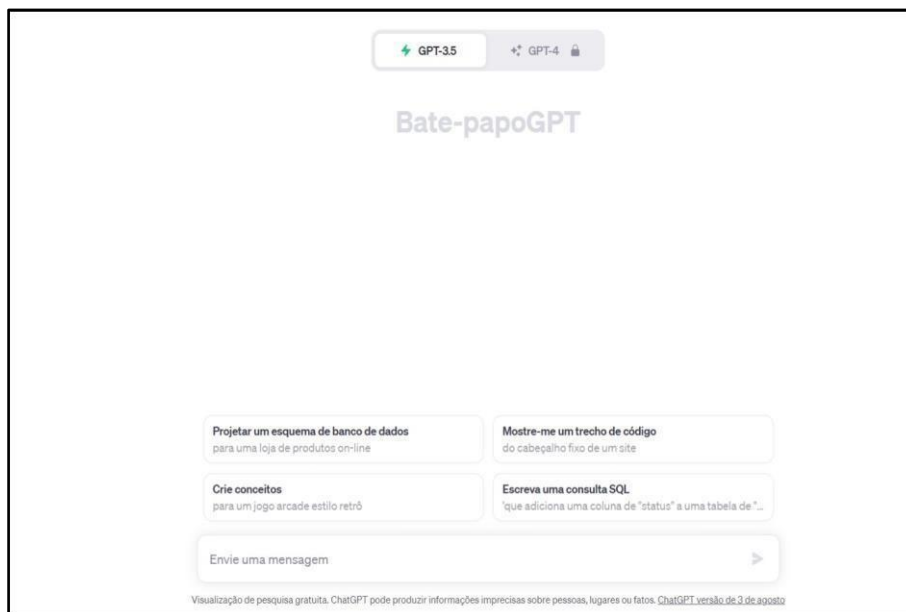
Uma das grandes responsáveis pela popularização das ferramentas e pelos intensos questionamentos acerca dos usos da IA generativa, e mais propriamente dito, dos *chatbots* e da sua influência acerca do Jornalismo, é o ChatGPT¹⁷, lançado em novembro de 2022, pela empresa OpenAI. Após apenas cinco dias de lançamento, a ferramenta conquistou mais de um milhão de usuários.

Essa tecnologia tem a capacidade de realizar diálogos virtuais em que, a partir de um comando, há a formulação de respostas em segundos, que são fruto da sua base de dados. Na prática, essa base advém de outros conteúdos da internet que foram produzidos por humanos para elaborar textos novos sobre qualquer tema. Além disso, a versão gratuita do ChatGPT é composta por informações coletadas até setembro de 2021. Sendo assim, os acontecimentos posteriores a essa data não estarão em sua base de dados. Dessa forma, há uma limitação dessa ferramenta de IA generativa no que se refere à atualização de informações.

Após o cadastro e abertura de uma conta, a página inicial da ferramenta já conta com as opções GPT-3.5 (versão gratuita) e a GPT-4 (versão paga). Para facilitar o acesso dos usuários, a OpenAI disponibiliza exemplos de comandos prontos que você pode usar para iniciar uma conversa no bate-papo.

¹⁷ Disponível em: <https://chat.openai.com/>. Acesso em 23 out. 2023.

Figura 1– Página inicial do ChatGPT



Fonte: <https://chat.openai.com/>

Logo abaixo, em letras menores, a OpenAI deixa claro que a ferramenta pode trazer resultados incertos, quando revela “Visualização de pesquisa gratuita. ChatGPT pode produzir informações imprecisas sobre pessoas, lugares ou fatos”. Na página de instruções sobre seus usos¹⁸ é possível verificar o modo de funcionamento do chatbot:

ChatGPT é ajustado a partir do GPT-3.5, um modelo de linguagem treinado para produzir texto. O ChatGPT foi otimizado para diálogo usando Aprendizado por Reforço com Feedback Humano (RLHF) – um método que usa demonstrações humanas e comparações de preferências para orientar o modelo em direção ao comportamento desejado. [...] O ChatGPT não está conectado à Internet e ocasionalmente pode produzir respostas incorretas. Tem conhecimento limitado do mundo e dos eventos após 2021 e também pode ocasionalmente produzir instruções prejudiciais ou conteúdo tendencioso. Recomendamos verificar se as respostas do modelo são precisas ou não. Se você achar que uma resposta está incorreta, forneça esse feedback usando o botão "Não gostei". (ChatGPT, 2023).

A empresa ainda menciona: “O ChatGPT ocasionalmente inventa fatos ou “alucina” resultados. Se você achar que uma resposta não está relacionada, forneça esse feedback usando o botão "Gostei”.” Em outras palavras, o próprio usuário tem a possibilidade de fornecer respostas para compor a ferramenta, como também para formular as informações subsequentes que serão disponibilizadas. A partir do método de aprendizado de máquina, os robôs se mantêm

¹⁸ Disponível em: <https://help.openai.com/en/articles/6783457-what-is-chatgpt>. Acesso em: 17 out.2023.

em constante aprendizado por meio do próprio conteúdo fornecido por humanos.

Berti (2023) destaca que o ChatGPT é capaz de produzir conteúdo que facilmente pode se passar como algo produzido por humanos, o que tem gerado uma grande preocupação por todo o mundo, sobretudo em relação à ética no uso dessa ferramenta nas empresas e organizações jornalísticas. O autor ainda ressalta “o ChatGPT, ao menos na contemporaneidade, pode trazer uma série de vantagens e desvantagens, se não para o jornalismo em si, para a própria circulação de informações”. (Berti, 2023, p. 100).

O questionamento por trás da ferramenta abrange, sobretudo, as rotinas produtivas no campo jornalístico e o conteúdo que é distribuído. Volta-se, porém, à concepção de Santaella (2023), quando reflete que o ChatGPT aprende conosco. Sendo assim, o que ele faz, conforme nos é apresentado em seu próprio sistema, é fruto das interações entre os humanos e também é originado de conteúdos que partem de humanos.

Berti (2023), menciona que o ChatGPT pode trazer uma série de contribuições, quanto utilizado de maneira ética, servindo como instrumento para a evolução do Jornalismo, facilitando o dia a dia dos jornalistas e não substituindo suas atividades. “Ao menos no sentido de rotinas produtivas jornalísticas, do ponto de vista corporativo, o ChatGPT bem como todos os sistemas de Inteligência Artificial, são mais que bem-vindos, pois ajudam a tornar o processo de pauta, apuração e distribuição mais ágil.” (Berti, 2023, p. 134-135).

O ChatGPT é sim uma ferramenta importante para compreendermos uma série de fatos e nos instigar determinadas pesquisas e interpretações, mas nunca será ou dever ser, o caminho final de tudo isso e do processo informacional propriamente dito. Nos quase quatro meses que pesquisei e vivenciei questões jornalísticas junto ao ChatGPT, tive a oportunidade de notar o quanto essa ferramenta pode ser incrível para a evolução jornalística e de temáticas das mediações informacionais. Mas, paradoxalmente, é perigosa quando a empregamos para fazer o básico pela gente ou a utilizamos de maneira aleatória como instrumento jornalístico. (Berti, 2023, p. 134-135).

Com a chegada e popularização da ferramenta, a grande preocupação em torno dos impactos para a profissão abriu margem para que os próprios jornalistas e redações fizessem seus próprios experimentos. Com base nisso, foi realizada a análise de três matérias em que os jornalistas testaram o ChatGPT, com perguntas relacionadas ao futuro da produção de conteúdo com uso da IA generativa, entre as quais estão:

Tabela 2- Análise de matérias jornalísticas com experimentos do ChatGPT

TÍTULO DA MATÉRIA	AUTOR(A)	PORTAL
Inteligência artificial, jornalismo e desinformação ¹⁹	Herton Abacherli Escobar	Jornal da USP
Jornalistas latino-americanos contam suas experiências com o ChatGPT em seus processos de redação, edição e geração de ideias ²⁰	Katherine Pennacchio	LatAm Journalism Review - Knight Center
Como os chatbots podem mudar o jornalismo. Ou não. ²¹	Gina Chua	Semafor

Fonte: Autoras (2023)

Na matéria “Inteligência Artificial, jornalismo e desinformação”, do Jornal da USP, Escobar (2023) fez um experimento pedindo que a ferramenta lhe dissesse “Escreva uma reportagem, com até 1.500 caracteres, sobre como a inteligência artificial poderá impactar a produção de conteúdo jornalístico confiável no futuro”, que teve a seguinte resposta:

A inteligência artificial é vista por muitos como a próxima fronteira da tecnologia e sua aplicação no jornalismo é um tema cada vez mais discutido. Com a capacidade de processar grandes quantidades de dados e aprender continuamente, a IA pode ajudar a produção de conteúdo jornalístico mais preciso, rápido e acessível. A IA pode ser usada para automatizar tarefas repetitivas, como a verificação de fatos, a análise de dados e a produção de notícias em grande escala. Além disso, a tecnologia pode ajudar a detectar e corrigir erros e desinformação, tornando o jornalismo mais confiável. [...]. (ChatGPT, 2023, p. 1 *apud* Escobar, 2023).

Além de concordar com o conteúdo que estava escrito, Escobar (2023) afirmou que o texto estava aprovado em termos de estrutura, clareza, contextualização e objetividade. Ele ainda destacou que “A inteligência artificial pode ser uma ferramenta extremamente benéfica para o jornalismo, ajudando na coleta, processamento e apuração de informações”. (Escobar, 2023, p. 1).

Ao longo da matéria, Escobar (2023) é muito preciso ao considerar os pontos positivos e negativos que as ferramentas de IA generativa apresentam no Jornalismo. Entre esses apontamentos, há a questão da necessidade de um conteúdo original para que então os robôs possam aprender – até mesmo porque, estamos falando do modelo baseado em aprendizado de máquina.

¹⁹ Disponível em: <https://jornal.usp.br/articulas/herton-abacherli-escobar/inteligencia-artificial-jornalismo-e-desinformacao/>. Acesso em: 25 out 2023.

²⁰ Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/jornalistas-latino-americanoscontam-suas-experiencias-com-o-chatgpt-em-seus-processos-de-redacao-edicao-e-geracao-de-ideias/>. Acesso em: 25 out. 2023.

²¹ Disponível em: <https://www.semafor.com/article/02/17/2023/how-chatbots-can-change-journalism-or-not>. Acesso em: 25 out. 2023.

Ainda assim, o jornalista menciona a desinformação como uma das limitações e riscos. Esse é um dos principais riscos da IA generativa para o Jornalismo e, de fato, é necessário que as organizações e profissionais possam se voltar a maior apuração e investigação das informações, a fim de evitar que haja margem para a imprecisão do conteúdo divulgado e disponibilizado para o público-alvo.

Já na matéria *Jornalistas latino-americanos contam suas experiências com o ChatGPT em seus processos de redação, edição e geração de ideias*, Pennacchio (2023) aborda que entre os usos das ferramentas de IA incluindo o ChatGPT, estão a edição, *brainstorming*, tradução e redação de títulos. Um dos entrevistados, o editor e escritor Peña (2023), contou: “Eu costumo usar ChatGPT e versões semelhantes, mais do que tudo para me dar ideias na estrutura da nota e resumir o conteúdo para os campos de meta-descrição ou similares”.

Nessa reportagem, Pennacchio (2023) coleta experiências práticas por meio de relatos de vários jornalistas, que mostram as maneiras de usos que eles aplicam, individualmente, em relação às ferramentas de inteligência artificial. Neste caso, o fato de não terem a restrição a uma única plataforma é interessante, pois viabiliza o uso de diversas “fontes” para estudo no campo da IA generativa.

Além disso, a reportagem foi bem conduzida, tendo em vista que mesmo apontando os diversos benefícios que essas ferramentas possuem, é realista ao apontar suas limitações e a necessidade de verificação das informações – de modo a evitar a desinformação.

Por fim, como instrumento de análise, também foi utilizado o artigo de opinião do portal Semafor, realizado em fevereiro de 2023, com o título: “*Como os chatbots podem mudar o jornalismo. Ou não*”. Nele, Chua (2023) realiza experimentos com chatbots (como o ChatGPT) para avaliar sobre as possíveis contribuições da IA generativa no âmbito do Jornalismo, e acrescenta: “Mas isso exige que nos concentremos tanto no que essas ferramentas podem fazer quanto naquilo que elas não podem”. (Chua, 2023).

Neste último caso, a autora também traz uma grande contribuição por indicar as possíveis mudanças que os chatbots podem apresentar ao serem incluídos nas rotinas produtivas dos jornalistas. Ainda que não haja uma resposta certa sobre o que o futuro reserva no âmbito do Jornalismo, é preciso pensar, desde já, sobre qual é a melhor maneira de usar essas ferramentas a nosso favor e mitigar os riscos que já podem ser visualizados na distribuição da informação.

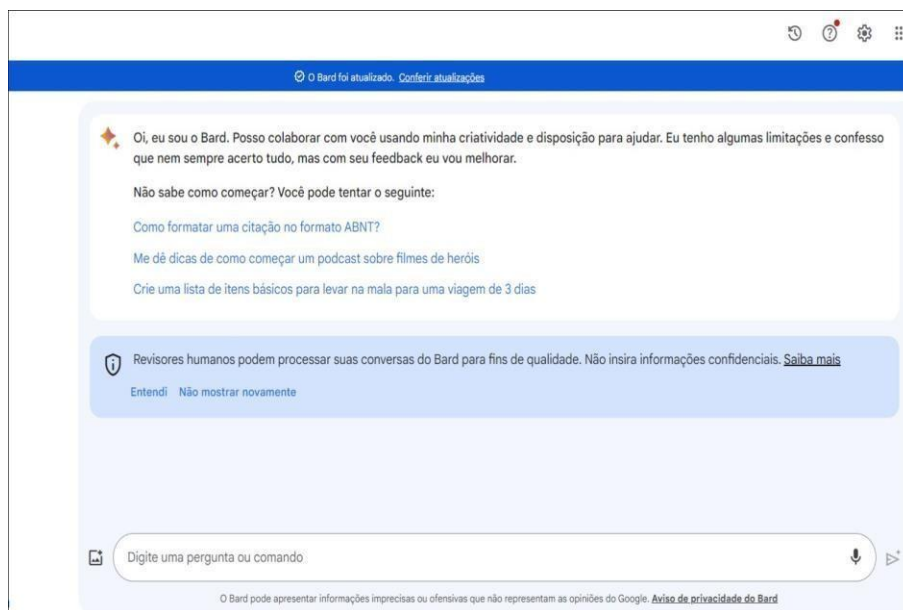
Permanece, portanto, a preocupação em relação à aplicação prática de diretrizes que se estabelecem no uso do ChatGPT e demais ferramentas de inteligência artificial generativa, sobretudo diante do Jornalismo, uma área cuja atividade profissional requer não somente a atualização de informações, mas de conteúdo preciso e verdadeiro, sem margem para imprecisões.

4.1.1 Google Bard: o novo concorrente do ChatGPT

Após a grande popularização do ChatGPT, na corrida para o desenvolvimento de novas ferramentas de IA generativa, o Google anunciou seu próprio chatbot de inteligência artificial generativa: o *Bard*.²² Em julho de 2023, 3 meses após o seu lançamento nos Estados Unidos, o Google lançou a ferramenta no Brasil. Uma diferença, porém, em relação ao ChatGPT, é que a ferramenta possui conexão com a internet em tempo real. Sendo assim, os novos conteúdos são constantemente atualizados pela ferramenta.

De acordo com sua página de instruções, a ideia deste *chatbot* é fornecer respostas simplificadas, auxiliando na execução de atividades da rotina: “O *Bard* é uma ferramenta nova que explora ideias criativas e explica tudo de um jeito simples. É um experimento de IA do Google que gera texto, traduz idiomas, escreve diferentes tipos de conteúdo criativo e muito mais”. (Bard, 2023). Semelhante ao seu rival, o *Bard* possui um aviso em sua tela inicial acerca da imprecisão das informações divulgadas: “O *Bard* pode apresentar informações imprecisas ou ofensivas que não representam as opiniões do Google”. (Bard, 2023).

Figura 2– Página inicial do Google Bard



Fonte: <https://bard.google.com/chat?hl=pt-BR>

Um outro aspecto interessante no que se refere às divergências do ChatGPT para o Bard, é que este segundo, possui o recurso de gravação de voz e também de inserção de imagens. Entretanto, pode-se concluir que, no geral, assim como outros modelos de *chatbots*, esta

²² Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/ciencia-e-tecnologia-br/chatgpt-ganha-concorrenca-do-google-que-anuncia-o-seu-chatbot-bard>. Acesso em: 23 out. 2023.

ferramenta propõe respostas formuladas através da sua base de dados, resultantes dos chamados *prompts*, isto é, comandos ou sugestões de perguntas produzidos por humanos.

Desse modo, quanto mais específico o usuário for ao contextualizar o assunto que deseja respostas, maiores serão as chances do entendimento adequado da plataforma neste diálogo e, por consequência, melhores serão os resultados.

4.2 OS USOS DO CHATGPT POR JORNALISTAS

Partindo do princípio que esta monografia pretende mapear os possíveis usos da IA no Jornalismo, foram realizados dois questionários como instrumento de pesquisa, com o objetivo de compreender o nível de conhecimento sobre o ChatGPT, bem como coletar, por meio da abordagem quantitativa, as principais aplicações e opiniões sobre os usos dessa e de outras ferramentas de IA generativa pelos jornalistas e estudantes de Jornalismo no decorrer das suas atividades cotidianas.

No caso do público de jornalistas, a expectativa seria alcançar participantes que já estivessem exercendo a profissão. A compreensão sobre os usos pelos estudantes de Jornalismo, por sua vez, também é indispensável para os estudos sobre o impacto da IA nas rotinas produtivas, tendo em vista que, na graduação, já é possível realizar a prática de matérias jornalísticas de âmbito acadêmico e os(as) graduandos(as) também realizam estágios supervisionados. Os resultados alcançados servem como base para posteriores discussões sobre como os novos recursos podem remodelar o presente e futuro da profissão.

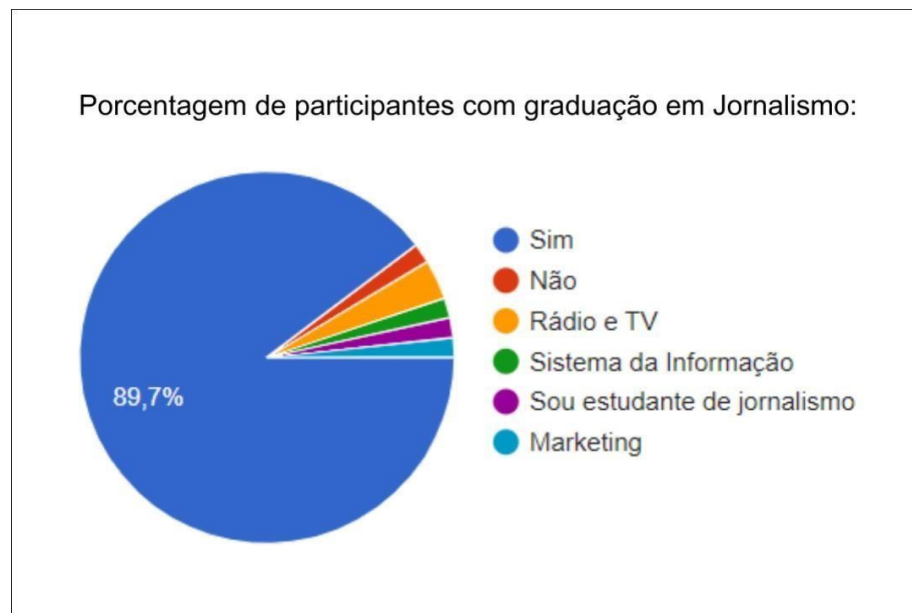
4.2.1 Questionário para jornalistas

O primeiro questionário, intitulado *Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo*, foi disponibilizado para contribuição dos jornalistas entre os dias 19 de setembro até o dia 03 de outubro de 2023, com restrição para respostas por profissionais que residem no Brasil. Desse modo, realizamos a divulgação nas redes sociais digitais, LinkedIn, Instagram e WhatsApp. Nototal, o questionário recebeu 58 respostas.

As primeiras três perguntas do questionário buscam identificar um perfil dos respondentes, enquanto as demais buscam os dados sobre os usos do ChatGPT nas rotinas produtivas. A seguir, explicaremos cada item:

O primeiro item do questionário buscou identificar se os respondentes possuíam graduação em Jornalismo tendo em vista que no Brasil, a partir do ano 2008, o *Supremo Tribunal Federal (STF)* extinguiu a obrigatoriedade do diploma de graduação para o exercício da profissão. A maioria dos respondentes, 52 participantes (89,7%) possui graduação em Jornalismo enquanto os demais, 6 pessoas, 10,3% são formados em outras áreas do conhecimento, como por exemplo: Marketing, Sistemas de Informação e Rádio e TV.

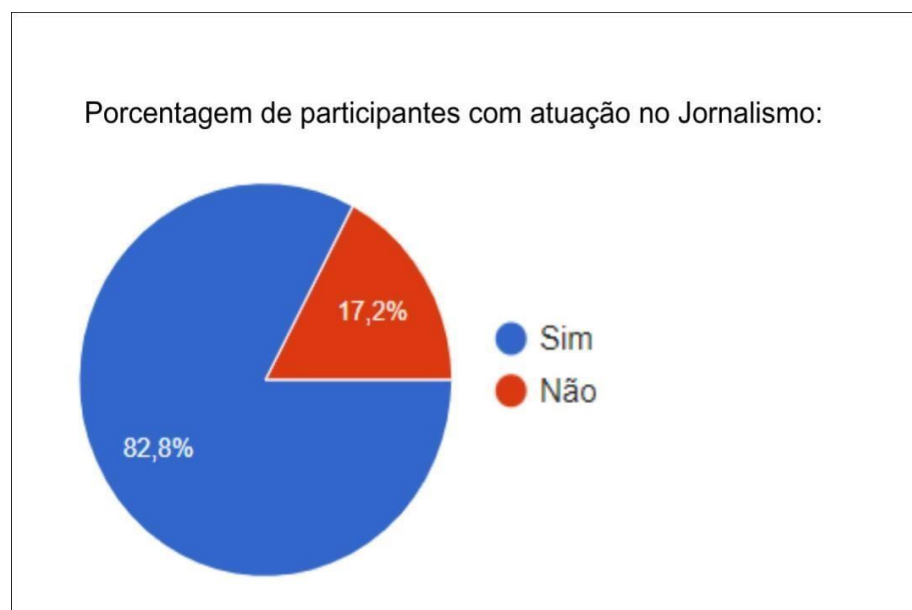
Figura 3– Graduação dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

O segundo item procurou avaliar a porcentagem dos participantes com atuação no Jornalismo. Foram 58 respostas, entre as quais 48 (82,8%) dos respondentes marcaram “Sim”, afirmando que atuam no Jornalismo, enquanto 10 (17,2%) não estão atuando na profissão.

Figura 4– Respondentes com atuação na área do Jornalismo



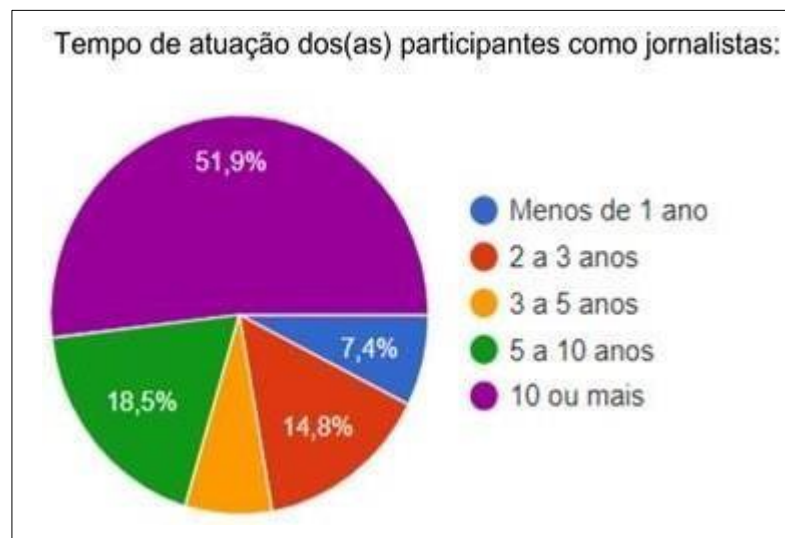
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Os dados revelam que nem todos os que possuem graduação estão, de fato, atuando na

profissão. Esse é um item importante para demarcar quais participantes poderiam contribuir em respostas quanto à sua experiência de aplicação prática das ferramentas no Jornalismo.

O terceiro item destaca o tempo de atuação dos(as) participantes como jornalistas, e obteve 54 respostas, entre os quais 28 pessoas (51,9%), atua na área há 10 anos ou mais; enquanto 10 respondentes (18,5%) atua de 5 a 10 anos no Jornalismo; 4 respondentes (7,4%) de 3 a 5 anos; 8 participantes (14,8%) têm experiência de 2 a 3 anos e, por fim, 4 (7,4%) dos(as) participantes trabalham na área há menos de 1(um) ano.

Figura 5– Tempo de atuação dos respondentes na área do Jornalismo

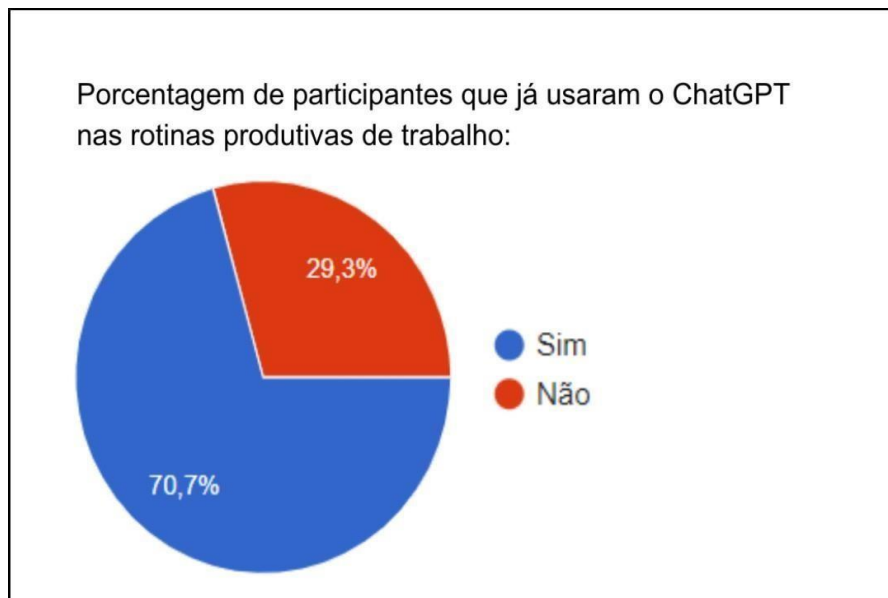


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

A partir dessas três questões iniciais, é possível ter um panorama acerca da atuação e tempo de experiência dos(as) participantes no campo do Jornalismo. Essas respostas auxiliam, sobretudo, na compreensão acerca de vivências e adaptações ao longo dos anos em sua jornada de trabalho, demonstrando que entre os respondentes, há um público maduro na profissão.

Nas próximas questões, buscamos aprofundar a pesquisa com base nos dados sobre o uso do ChatGPT. O quarto item questiona se os(as) participantes já usaram o ChatGPT na sua rotina produtiva de trabalho. No total, foram 58 respostas, em que 41 participantes (70,7%) responderam que sim, enquanto 17 pessoas (29,3%) indicaram que nunca foram auxiliados por essa ferramenta.

Figura 6– Porcentagem de uso do ChatGPT pelos respondentes jornalistas



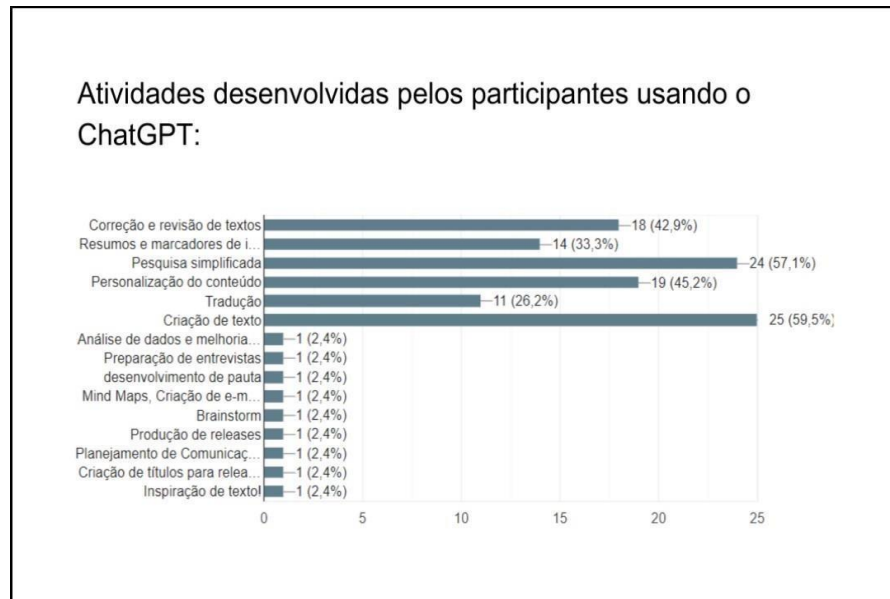
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Esse resultado mostra que uma grande parcela dos jornalistas já utilizou o ChatGPT nas suas rotinas produtivas e fizeram seus próprios experimentos e testes relacionados à ferramenta. Ainda, faz-se necessário que os profissionais que ainda não usaram esse dispositivo, seja por falta de conhecimento ou por opção própria, compreendam qual é o potencial da sua aplicação para a produção de conteúdo jornalístico, tendo em vista que essa discussão abrange o presente e futuro do trabalho do jornalista.

O quinto item contou com 42 respostas entre os jornalistas, e teve como objetivo elucidar quais são as principais atividades que os(as) participantes desenvolveram usando o ChatGPT, com opção de marcação livre, permitindo ao mesmo participante marcar a quantidade de alternativas desejada ou até mesmo incluir outros usos, para as seguintes opções:

Criação de texto (25 respostas - 59,5%); Pesquisa simplificada (24 respostas - 57,1%); Personalização do conteúdo (19 respostas - 45,2%); Correção de revisão de textos (18 respostas - 42,9%); Resumos e marcadores de informação (14 respostas - 33,3%); Tradução (11 respostas - 26,2%); Análise de dados e melhoria do código (1 resposta - 2,4%); Preparação de entrevistas (1 resposta - 2,4%); Desenvolvimento de pauta (1 resposta - 2,4%); Mind maps, criação de e-mail para newsletter (1 resposta - 2,4%); Brainstorm (1 resposta - 2,4%); Produção de releases (1 resposta - 2,4%); Planejamento de comunicação (1 resposta - 2,4%); Criação de títulos para releases (1 resposta - 2,4%); Inspiração de texto (1 resposta - 2,4%).

Figura 7– Formas de usos do ChatGPT pelos respondentes jornalistas



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

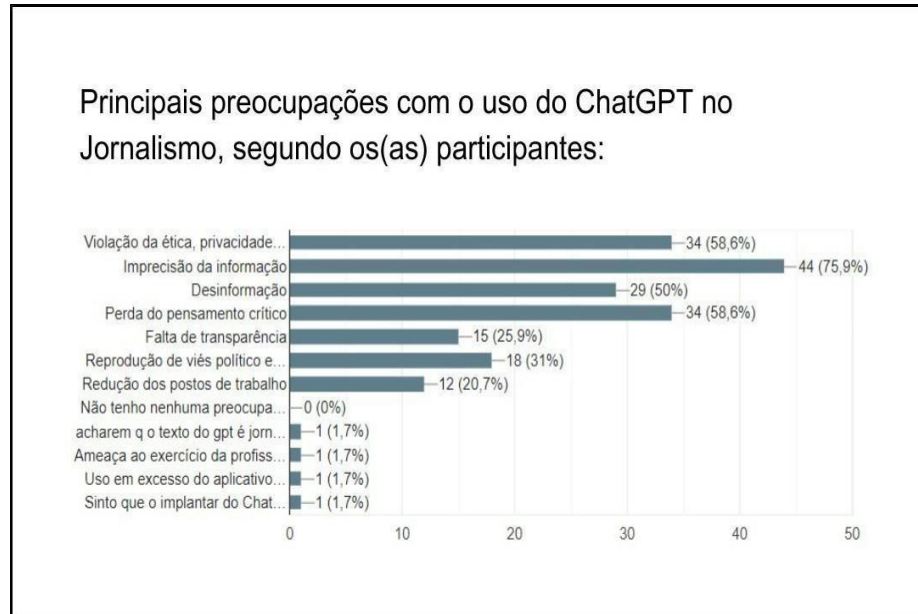
A partir da análise dessa questão, podemos visualizar as diversas possibilidades de usos do ChatGPT nas rotinas produtivas dos jornalistas. São diversas as aplicações que os(as) profissionais garantem a partir dessas ferramentas, mostrando a viabilidade para auxílio na produção de matérias, execução e otimização de suas tarefas cotidianas.

No sexto item, houve o levantamento das principais preocupações com o uso do ChatGPT no Jornalismo, com 58 respostas entre os participantes (incluindo os que não atuam como jornalistas) que tiveram a opção de marcação livre, permitindo ao mesmo participante marcar a quantidade de alternativas desejada, para as seguintes opções: Imprecisão da informação (44 respostas - 75,9%); Violação da ética, privacidade e direitos autorais (34 respostas - 58,6%); Perda do pensamento crítico (34 respostas - 58,6%); Desinformação (29 respostas - 50%); Reprodução de viés político e preconceito (18 respostas - 31%); Falta de transparência (15 respostas - 25,9%); Redução dos postos de trabalho (12 respostas - 20,7%); Não tenho nenhuma preocupação acerca do uso do ChatGPT no Jornalismo (0 respostas - 0%).

Entre as alternativas que não estavam presentes, mas que foram elencadas pelos(as) participantes, destacam-se: Acharem que o ChatGPT é Jornalismo (1 resposta - 1,7%); Ameaça ao exercício da profissão (1 resposta - 1,7%); Uso em excesso do aplicativo para além de uma ferramenta de pesquisa (1 resposta - 1,7%); Sinto que o implantar do ChatGPT significa a extinção completa do “fazer jornalismo”. Sabe aquela coisa humana, que você sente ao ler ou ver/ouvir algo jornalístico? As pessoas precisam se identificar com o material apresentado. Coisa que nenhumarede ou computador ou mecanismo automático vai fazer. (1 resposta -

1,7%).

Figura 8 – Preocupações dos respondentes com os usos do ChatGPT



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

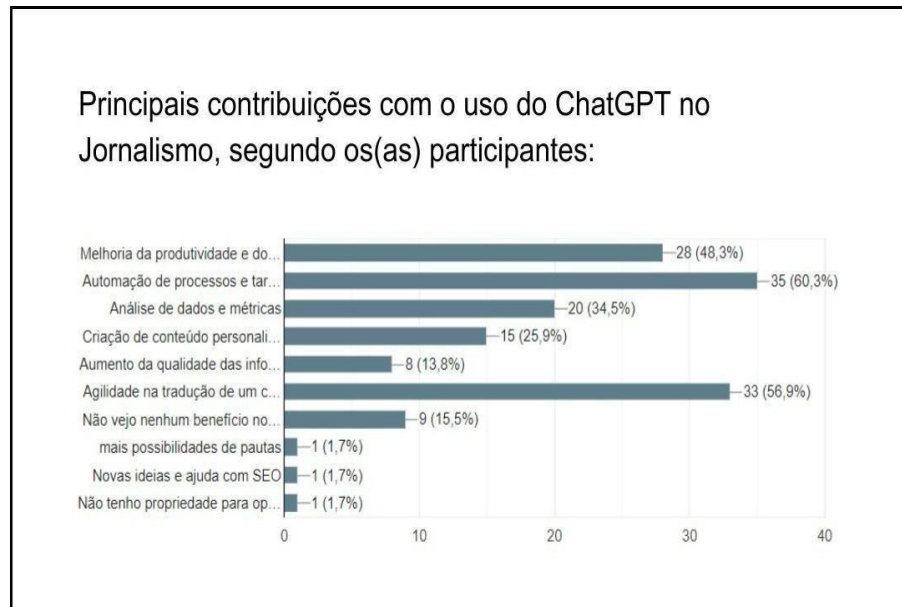
Pode-se concluir, com base no gráfico acima, que as principais preocupações entre os jornalistas no que se refere às ferramentas de IA generativa, são: 1) a imprecisão da informação; 2) Violação da ética, privacidade e direitos autorais; e 3) Perda do pensamento crítico. Além disso, vale destacar também que nenhum dos participantes marcou a opção “não tenho nenhuma preocupação com o uso do ChatGPT”, o que demonstra como essa aplicação ainda tem desafios, não somente no que se refere ao exercício da profissão do jornalista, como também nos impactos que isso pode causar na informação que é distribuída e, por consequência, na sociedade.

No sétimo item, os(as) 58 respondentes destacaram, entre as opções, as consideradas como contribuições acerca do uso do ChatGPT no Jornalismo. Da mesma forma que na questão anterior, houve a possibilidade de marcação livre, em que a mesma pessoa poderia marcar a quantidade de alternativas desejada. Entre as alternativas disponíveis, estavam: Automação de processos e tarefas repetitivas (35 respostas - 60,3%); Agilidade na tradução de um conteúdo (33 respostas - 56,9%); Melhoria da produtividade e dos fluxos de trabalho (28 respostas - 48,3%); Análise de dados e métricas (20 respostas - 34,5%); Criação de conteúdo personalizado (15 respostas - 25,9%); Não vejo nenhum benefício no uso do ChatGPT no Jornalismo (9 respostas - 15,5%); Aumento da qualidade das informações (8 respostas - 13,8%);

Os(as) participantes também elencaram outras alternativas, entre as quais estavam: Mais

possibilidades de pautas (1 resposta - 1,7%); Novas ideias e ajuda com SEO (1 resposta - 1,7%); Não tenho propriedade para opinar (1 resposta - 1,7%).

Figura 9– Contribuições do ChatGPT para o Jornalismo, segundo os respondentes

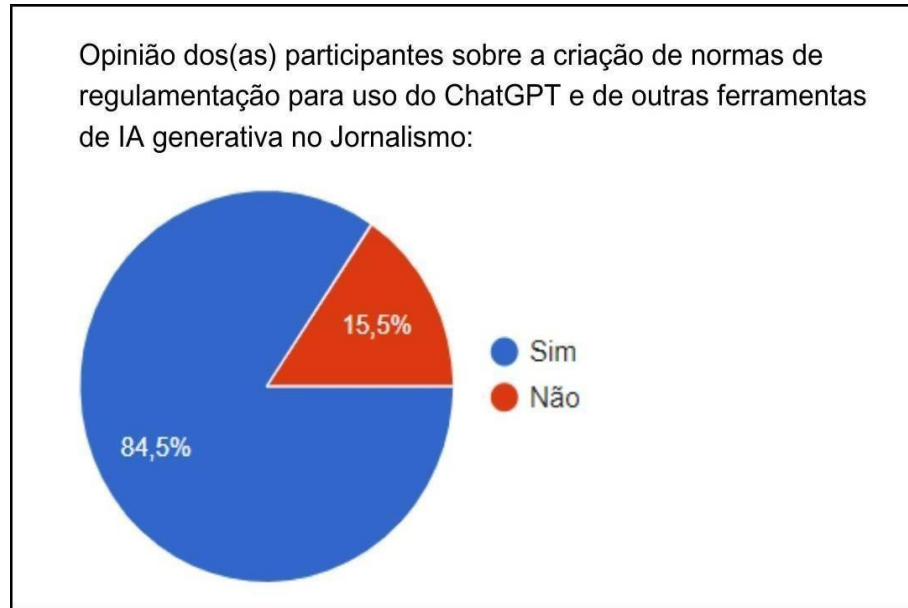


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Podemos destacar como o ranking entre as principais contribuições destacadas: 1) Automação de processos e tarefas repetitivas (35 respostas - 60,3%); 2) Agilidade na tradução de um conteúdo (33 respostas); 3) Melhoria da produtividade e dos fluxos de trabalho (28 respostas - 48,3%). Isso nos leva a considerar a possibilidade que o ChatGPT abrange quanto a otimização do trabalho do jornalista em uma série de atividades. Entretanto, é notório que ainda existe uma parte do público que não conhece e/ou considera as ferramentas de IA generativa como auxiliar, tendo em vista que 15,5% dos participantes marcou a alternativa “Não vejo nenhum benefício no uso do ChatGPT”.

O oitavo item teve o total de 58 respostas (100% dos participantes da pesquisa), que comentaram sua opinião sobre a criação de normas de regulamentação para uso do ChatGPT e de outras ferramentas de IA generativa no Jornalismo. Entre eles, 49 respondentes (84,5%) acreditam que é importante que haja a criação de normas para aplicação desses dispositivos, enquanto 9 pessoas (15,5%) marcaram “Não”, revelando que não acham necessário estipular regras de usos.

Figura 10– Importância das normas de uso do ChatGPT, segundo os jornalistas



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Essa é uma questão muito importante sob a perspectiva do presente estudo, tendo em vista que a regulamentação para uso do ChatGPT no Jornalismo seria uma alternativa eficaz para evitar grande parte das preocupações assinaladas entre os jornalistas. Algumas redações, inclusive, já têm se organizado para elaborar critérios gerais, que podem ser adaptados de acordo com cada cultura organizacional, como é o caso da publicação da WAN-IFRA²⁰, apontado anteriormente. Desse modo, pode haver a liberação desse uso de forma consciente, nas redações, eliminando e/ou reduzindo os riscos existentes.

Por fim, introduzimos uma questão aberta para que os(as) respondentes pudessem deixar dúvidas, comentários ou sugestões que quisessem acrescentar a este estudo. Para melhor compreensão, fizemos a divisão das respostas em duas tabelas. Na tabela a seguir, selecionamos os comentários de advertência:

Tabela 3- Depoimentos de advertência sobre o ChatGPT pelos jornalistas

ADVERTÊNCIA
É importante considerar que quando adotamos o ChatGPT, além de usuários, somos também uma espécie de mão-de-obra, uma vez que o estamos "ensinando" e realimentando as bases de treinamento dele. Como jornalistas, precisamos entender o funcionamento dessas ferramentas para evitarmos problemas relacionados à privacidade (de fontes, de dados, de estratégias organizacionais...). O fato de grandes empresas jornalísticas proibirem a OpenAI de usar os dados produzidos por elas para treinamento da ferramenta já evidencia uma "guerra" comercial por direitos autorais sobre as informações produzidas por uma atividade que deveria ser, a priori, de interesse e de domínio público. A perda de empregos não é tão significativa quanto a possibilidade exponencial de produção de conteúdo sem valor para nos orientar quanto às soluções para os dilemas que enfrentamos. Um dos grandes riscos incluídos nessa nova onda é o de transferir as decisões, as estratégias e o compromisso com a informação para uma ferramenta capaz de multiplicar em quantidade o que no Jornalismo depende de qualidade.
Use o chat com moderação e confira os dados
Acredito que é importante realizar pesquisas a cerca desta tecnologia que já é uma realidade e não possui regulamentação, abrindo brechas para o mau uso.

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Por meio dessas análises, podemos levar em consideração que o ChatGPT assim como outras ferramentas de IA generativa, precisam ser utilizadas com responsabilidade e atenção. Isso se torna ainda mais necessário no Jornalismo, tendo em vista o compromisso com a veracidade dos fatos veiculados. Como um modelo de linguagem formulado por meio da aprendizagem de máquina e na correspondência em sua ampla base de dados, este chatbot está constantemente aprendendo com os usuários.

Desse modo, ainda existem limitações e um campo aberto para desinformação, violação de privacidade e direitos autorais, entre outros fatores. Esses depoimentos salientam que, na função de jornalistas, devemos nos preocupar com essas questões. Em contrapartida, a chegada dessas ferramentas prometem a otimização do trabalho do jornalista, portanto, uma grande parcela dos respondentes também apontou entusiasmo com as possíveis contribuições do ChatGPT, como foi apontado na tabela a seguir.

Tabela 4- Depoimentos de entusiasmo sobre o ChatGPT pelos jornalistas

ENTUSIASMO
Muito importante este estudo; parabéns pela iniciativa. Entendo que as ferramentas de IA, como o CHATGPT, vêm agregar ao trabalho do jornalista, principalmente na produção de conteúdo. É importante ressaltar que ainda cabe ao jornalista decidir se usará ou não a ferramenta e os dados fornecidos por ela. Além disso, é responsabilidade do jornalista, assim como de qualquer outro indivíduo, não perder o poder do senso crítico e da análise. Pessoalmente, utilizo a ferramenta diariamente, mas sempre passo pelo processo de "lapidação", afinal, o jornalismo tem o papel de simplificar e refinar a notícia para os leitores, espectadores ou ouvintes. Ademais, não vejo como termos o uso de IA para se criar bastidores da notícia, acompanhamento de pautas jornalísticas, realização de entrevistas e tudo mais que o ser humano precisa desenvolver. Talvez, no máximo, um auxílio para o desenvolvimento de perguntas. Não muito além. Para mim, as narrativas se constroem na vida real.
Assim como a tv não matou o rádio a internet não matou os outros meios, o jornalismo deve se adaptar ao ChatGPT
Tentar bloquear toda e qualquer ferramenta de TI é incoerente com a evolução do mundo.
Há muito preconceito com o que a IA pode proporcionar aos jornalistas. A IA é uma maneira de dinamização e deve ser estudada para melhorar o fluxo de trabalho. Eu diminuo em até 5x meu tempo de criação de conteúdo jornalístico quando uso IA. Existem plataformas, como a Copy.ai, que segmentam melhor o conteúdo. E quanto a informações incorretas, é só saber usar e não ser burro. O jornalista deve apurar e pegar dados apenas em pesquisas confiáveis, com origem da fonte.
O ChatGPT não escreve melhor e elabora melhor que nenhum profissional de mídia e nem possui criatividade. Desse modo, eu e outros colegas que conversei concordam pelo fato do aplicativo não roubar empregos, mas agilizar o processo e ajudar na produção de conteúdo. Como o ser humano, não se trata de algo perfeito e ainda tem muitos erros
Eu não tenho medo da IA. Ela nunca vai substituir o talento. É uma ferramenta sim. Mas pra mim, é tipo ter um estagiário que não reclama pra eu ter mais tempo pra criar coisas legais.
Tentar bloquear toda e qualquer ferramenta de TI é incoerente com a evolução do mundo.
Que estudos do tipo são muito importantes e muito válidos. Parabéns a vocês.

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Um aspecto presente em grande parte dos comentários realizados pelos respondentes é a necessidade de adaptação e a percepção dessas ferramentas como auxiliares que abrem portas para a melhoria dos fluxos de trabalho – o que contrapõe a ideia de “substituição” dos profissionais pelas máquinas. Ainda assim, cabe ressaltar que os depoimentos também apontam que essa aplicação deve ser realizada de forma consciente, posto que ainda se necessita de verificação e apuração por parte de jornalistas.

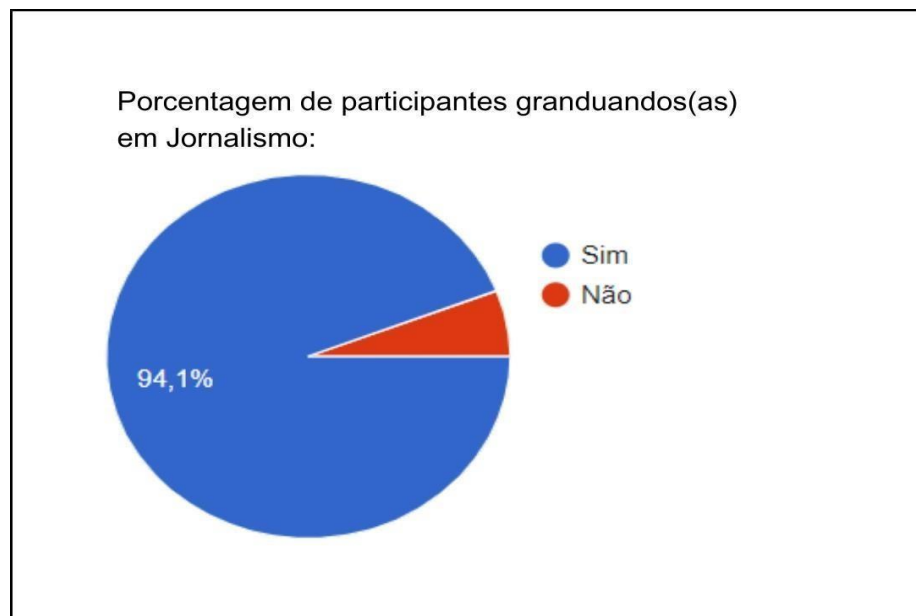
Conclui-se, portanto, que ambas as perspectivas somam-se para as pesquisas sobre o ChatGPT, de modo que as discussões sejam bem-vindas para aprofundar a utilização da IA generativa pelos jornalistas, organizações e redações jornalísticas.

4. 2.2 Questionário para estudantes de Jornalismo

O segundo questionário, também intitulado *Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo*, foi disponibilizado para contribuição de estudantes de Jornalismo entre os dias 19 de setembro até o dia 03 de outubro de 2023, com restrição para respostas por participantes que residem no Brasil. Desse modo, realizamos a divulgação nas redes sociais digitais, LinkedIn, Instagram e WhatsApp. No total, o questionário recebeu 51 respostas. A seguir, explicaremos cada item:

No primeiro item, perguntamos quais os(as) respondentes eram graduandos(as) em Jornalismo, entre os quais 48 (94,1%) responderam que sim, e 3 (5,9%) responderam que não – o que já elimina esses três últimos candidatos, tendo em vista que a pesquisa é destinada apenas para estudantes da graduação.

Figura 11– Respondentes graduandos em Jornalismo



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Essa questão teve o propósito de selecionar quais dos respondentes eram, de fato, estudantes de graduação em Jornalismo, mantendo-se assim, aptos para as contribuições posteriores da pesquisa.

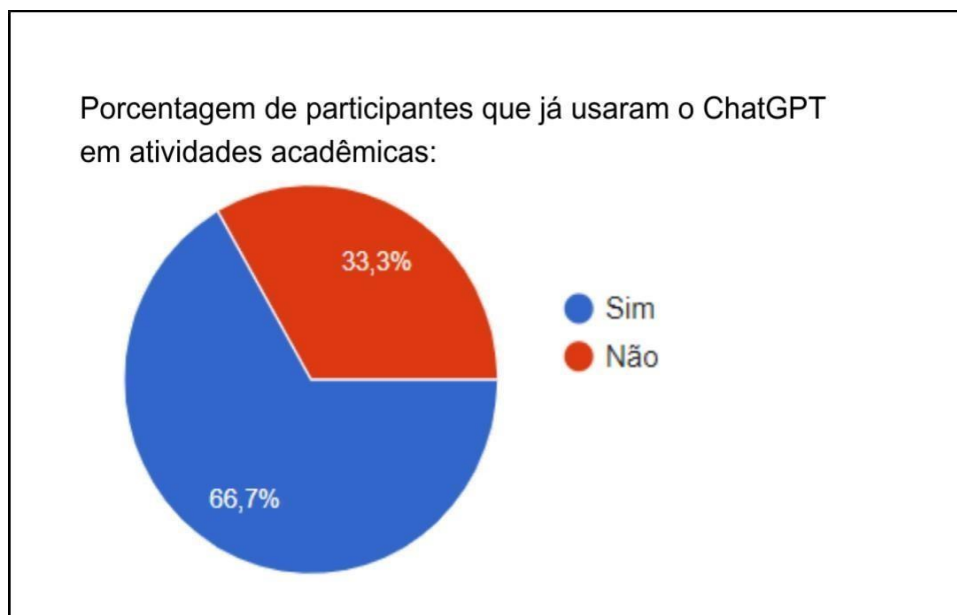
No segundo item, os(as) participantes que responderam “sim” no item anterior (totalizando 48 respondentes), indicaram em qual instituição de ensino eles estão realizando graduação, com alcance para universidades de todo o país, sobretudo para a Universidade Federal da Paraíba (UFPB), que somou 20 pessoas.

Esse é um ponto que merece atenção, sobretudo ao levarmos em consideração que os períodos finais são destinados para o estágio supervisionado e os(as) alunos(as) já possuem maior bagagem acadêmica.

A partir dessas três questões iniciais, é possível ter um panorama acerca dos(as) participantes e de sua graduação em Jornalismo. Essas respostas auxiliam, sobretudo, na compreensão acerca de vivências no meio acadêmico e nos estágios com o uso do ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa. Nas próximas questões, buscamos aprofundar a pesquisa com base nos dados sobre o uso do ChatGPT.

No mais, o quarto item questionou se os(as) respondentes já usaram o ChatGPT em alguma atividade acadêmica. Foram 51 respostas totais, entre as quais 34 (66,7%) dos(as) que responderam o questionário afirmaram que já acionaram o ChatGPT, enquanto 17 pessoas (33,3%) assinalaram nunca ter usado a ferramenta.

Figura 14– Respondentes que já usaram o ChatGPT em atividades acadêmicas



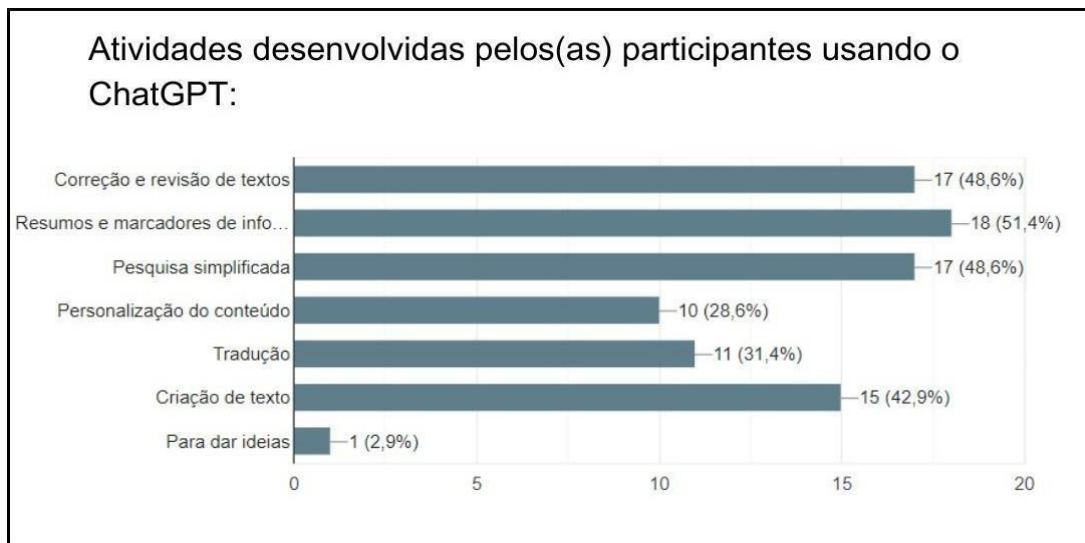
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Os resultados demonstram que grande parte dos(as) estudantes têm conhecimento sobre o potencial da ferramenta e já aplicam o ChatGPT em suas atividades no meio acadêmico, tendo em vista que as possibilidades de usos da ferramenta abrangem desde a produção de roteiros para rádio e TV, até o auxílio na produção de matérias.

O quinto item teve 35 respostas e buscou levantar quais atividades os(as) estudantes de Jornalismo desenvolveram usando o ChatGPT, com opção de marcação livre (permitindo ao

mesmo participante marcar a quantidade de alternativas desejada) para as seguintes opções: Resumos e marcadores de informação (18 respostas - 51,4%); Correção e revisão de textos (17 respostas - 48,6%); Pesquisa simplificada (17 respostas - 48,6%); Criação de texto (15 respostas - 42,9%); Tradução (11 respostas - 31,4%); Personalização do conteúdo (10 respostas - 28,6%); Para dar ideias (1 resposta - 2,9%).

Figura 15– Formas de usos do ChatGPT pelos estudantes de Jornalismo



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

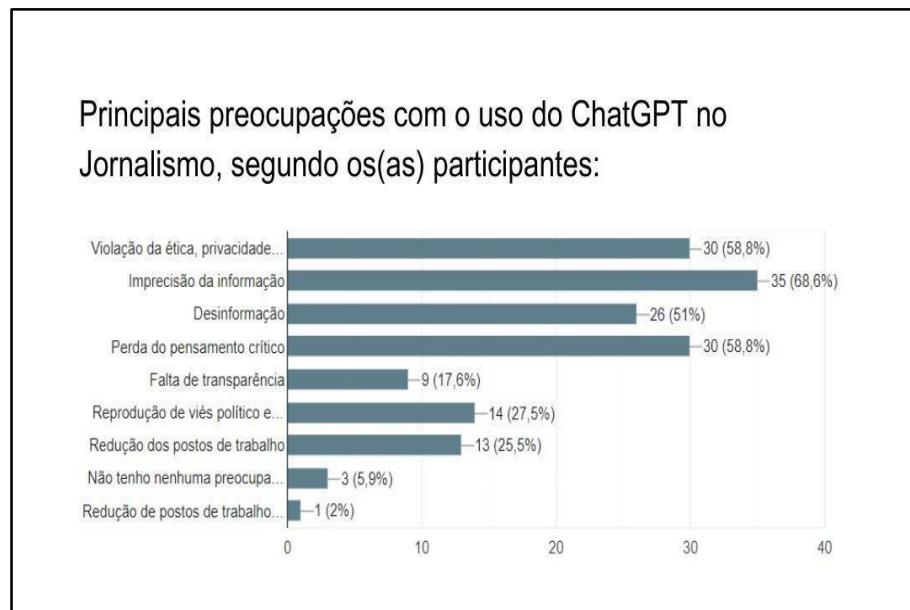
A correção e revisão de textos, elencada por grande parte dos(as) participantes como possível uso do ChatGPT, permite uma melhoria na qualidade da informação distribuída, de modo que eles possam otimizar as atividades, ainda no meio acadêmico e manter o foco em outras questões, como por exemplo, a apuração dos fatos e investigação das fontes.

Além disso, os resumos e marcadores de informação, que também teve uma grande quantidade de respostas, é uma alternativa apontada, tendo em vista que pode reduzir a quantidade de tempo na análise de artigos, por exemplo, resumindo a informação para estudo e posterior aplicação nas matérias jornalísticas.

O sexto item contou com 51 respostas e teve como objetivo compreender quais são as principais preocupações dos estudantes acerca do uso do ChatGPT no Jornalismo. Os respondentes tiveram a opção de marcação livre, de modo que um mesmo participante poderia marcar a quantidade de alternativas desejada, para as seguintes opções: Imprecisão da informação (35 respostas - 68,6%); Violação da ética, privacidade e direitos autorais (30 respostas - 58,8%); Perda do pensamento crítico (30 respostas - 58,8%); Desinformação (26 respostas - 51%); Reprodução de viés político e preconceito (14 respostas - 27,5%); Redução

dos postos de trabalho (13 respostas - 25,5%); Falta de transparência (9 respostas - 17,6%); Não tenho nenhuma preocupação acerca do uso do ChatGPT no Jornalismo (3 respostas - 5,9%) e Redução de postos de trabalho para jornalistas, redatores e outras profissões que trabalham com escrita (1 resposta - 2%);

Figura 16– Preocupações dos estudantes com os usos do ChatGPT



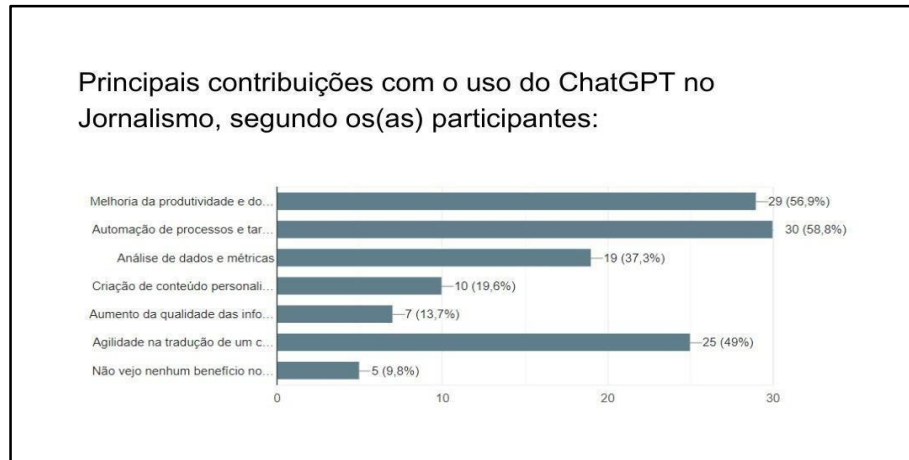
Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Nota-se uma grande semelhança em relação às preocupações do questionário aplicado aos jornalistas, posto que o ranking permanece entre os mesmos receios, o que inclui sobretudo a imprecisão da informação, violação da ética, privacidade e direitos autorais e perda do pensamento crítico. Essas são possíveis hipóteses de consequências a serem levantadas, tendo em vista que o próprio sistema dos chatbots de IA generativa compreendem uma grande base de dados que possui limitações e falhas, inclusive apontadas pelas próprias plataformas, como é o caso do ChatGPT.

O sétimo item buscou levantar a opinião dos respondentes acerca das principais contribuições e benefícios com o uso da IA generativa no Jornalismo e contou com 51 respostas. Da mesma forma que na opção anterior, os participantes poderiam realizar a marcação livre, com permissão para marcar a quantidade de alternativas desejada, para as seguintes opções: Automação de processos e tarefas repetitivas (30 respostas - 58,8%); Melhoria da produtividade e dos fluxos de trabalho (29 respostas - 56,9%); Agilidade na tradução de um conteúdo (25 respostas - 49%); Análise de dados e métricas (19 respostas - 37,3%); Criação de conteúdo personalizado (10 respostas - 19,6%); Aumento da qualidade das informações (7 respostas -

13,7%); Não vejo nenhum benefício no uso do ChatGPT no Jornalismo (5 respostas - 9,8%).

Figura 17– Contribuições do ChatGPT para o Jornalismo, segundo os estudantes

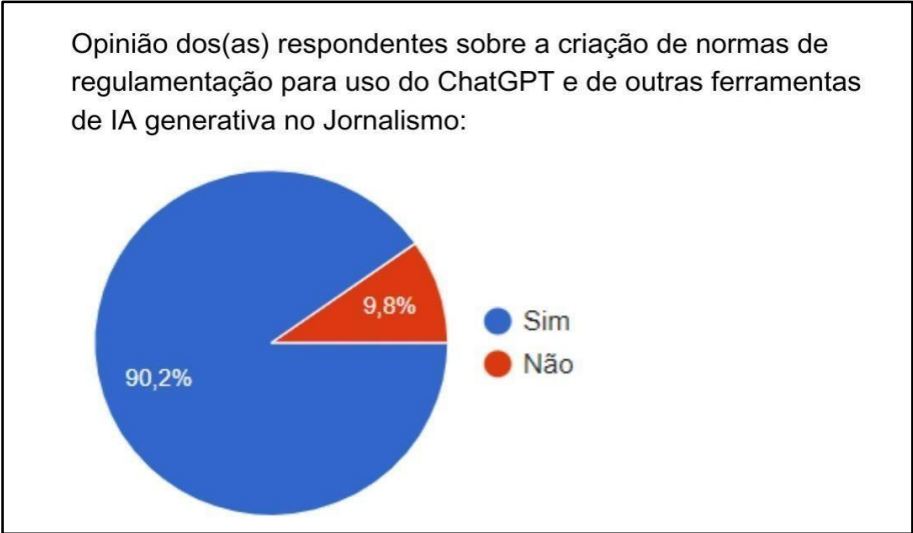


Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Pode-se extrair que grande parcela dos respondentes já visualiza o ChatGPT como uma ferramenta com potencial para contribuir nas rotinas produtivas do Jornalismo, o que demonstra que essa tecnologia não só é conhecida por muitos estudantes que responderam a pesquisa, como também já trouxe contribuições por meio dos seus experimentos. Nota-se também que uma pequena porcentagem de 5 respondentes (9,8%) acreditam que não existe benefício no uso da ferramenta.

O oitavo item obteve 51 respostas, nas quais os participantes tiveram a opção de assinalar sua opinião sobre a criação de normas de regulamentação para uso do ChatGPT e de outras ferramentas de IA generativa no Jornalismo. A grande maioria, representada por 46 respondentes (90,2%) acredita que é importante que haja a criação de normas para aplicação desses dispositivos. Em contrapartida, 5 respondentes (9,8%) marcaram que não acham necessário implementar regras para uso do ChatGPT no Jornalismo.

Figura 18– Importância das normas de uso do ChatGPT, segundo os jornalistas



Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Como foi mencionado no tópico do questionário anterior, esse é um questionamento de cunho reflexivo e de suma importância para o futuro da profissão de jornalista, tendo em vista que a regulamentação pode nortear as rotinas produtivas e evitar os riscos de exposição ao uso dessas plataformas. Trata-se, portanto, de uma alternativa viável para reduzir as preocupações apontadas anteriormente e garantir maior transparência perante a sociedade.

Para finalizar o questionário aplicado aos estudantes de Jornalismo, também incluímos uma questão aberta para que os(as) respondentes pudessem deixar dúvidas, comentários ou sugestões que quisessem acrescentar a este estudo. Para melhor compreensão, fizemos a divisão das respostas em duas tabelas. Neste primeiro exemplo, selecionamos os comentários de advertência:

Tabela 5- Depoimentos de advertência sobre o ChatGPT pelos estudantes de Jornalismo

ADVERTÊNCIA
As tecnologias precisam ser usadas a favor do trabalhador de comunicação, mas de uma maneira consciente.
Acho que sobre o ChatGPT temos dois pontos que são negativos na minha opinião: 1- Imprecisão da informação 2- A questão da Autoria dos textos: uma colega ficou com 0, já que a IA quando corrige algum texto, coloca como se fosse de autoria própria da mesma Não uso no meio acadêmico, porém no trabalho no dia a dia, acho essencial.
As poucas vezes que o chatGPT foram experiências que não obtive bons resultados. A produção de texto é pobre, as informações são de senso comum, resumos em um nível bem abaixo do que esperava.

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Os pontos destacados pelos respondentes demonstram apreensão acerca dos usos do ChatGPT no Jornalismo, sobretudo em relação à questão da imprecisão e autoria – aspectos esses que foram inseridos e lideraram o ranking de preocupações relacionadas à ferramenta na produção jornalística. É notório também que os três depoimentos demonstram conhecimento e experimentos anteriores, sendo baseados em conclusões próprias dos respondentes.

Entre os depoimentos, também pode-se destacar o entusiasmo pelos respondentes em relação aos dispositivos de IA generativa no Jornalismo, como os elencados na tabela a seguir:

Tabela 6 - Depoimentos de entusiasmo sobre o ChatGPT pelos estudantes de Jornalismo

ENTUSIASMO
A Inteligência Artificial é mais do que uma aliada enquanto produção de conteúdo. Porém, a mão de obra humana sempre será necessária. O papel de curadoria dos conteúdos - principalmente no jornalismo - é essencial e não pode ser ignorado.
Seu estudo é imprescindível para o momento que vivemos!
As pessoas têm muito preconceito com algo que é produtor e eficiente. Não se trata de substituição no mercado de trabalho, mas sim de dinamização.

Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Um ponto em comum no que se refere ao entusiasmo é a menção à produtividade, sendo essa também uma das líderes no campo de contribuições assinalados pelos respondentes. Na proposta do ChatGPT, os gestores OpenAI constataram, desde o início, que a proposta seria exatamente de melhorar a produtividade, esse é o motivo no qual se baseia o presente estudo e esse é o resultado que se espera a partir dos experimentos e introdução dessas ferramentas pelos jornalistas e pelas organizações jornalísticas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta monografia, fruto do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) de Jornalismo na Universidade Federal da Paraíba (UFPB), buscou responder a questão de pesquisa: quais são os possíveis usos do ChatGPT e demais ferramentas de IA generativa no Jornalismo e quais mudanças elas podem provocar nas rotinas produtivas dos jornalistas?

Nesse contexto, atingimos o objetivo central do presente estudo, que era explorar a repercussão e o emprego desses dispositivos pelos jornalistas, de modo a entender como eles refletem nos conteúdos e processos jornalísticos e analisar as mudanças que essas tecnologias podem trazer no presente e no futuro da profissão. Realizamos os objetivos específicos, tais quais: mapear a potencialidade das ferramentas de IA generativa no Jornalismo e elucidar os desafios e contribuições do ChatGPT nas rotinas produtivas do jornalista.

Isso porque, conforme podemos ver nos resultados dos questionários aplicados, há um elevado nível de conhecimento, compreensão e entusiasmo por parte dos profissionais e estudantes de Jornalismo em relação às ferramentas de IA. Contudo, ainda é muito cedo para compreender, no todo, quais são as mudanças que as novas ferramentas de IA generativa podem trazer na profissão do jornalista.

Desse modo, esta pesquisa tem grande relevância para entendermos a necessidade de adaptação aos novos recursos e dispositivos, bem como as transformações que permeiam a sociedade – sem deixar de lado a essência e os valores da profissão, sobretudo no que se refere à apuração, investigação e verificação dos fatos.

Em relação aos resultados obtidos, por meio das matérias analisadas, é possível ter um parâmetro das primeiras impressões a partir dos experimentos dos jornalistas com chatbots e IA generativa. Além disso, através dos questionários realizados com estudantes de Jornalismo e jornalistas, também pudemos observar um grande número de pessoas entusiasmadas com a ideia de ferramentas que podem auxiliar na produção diária e melhorar os fluxos de trabalho, sobretudo no que se refere às tarefas repetitivas. Existe ainda um receio quanto aos riscos desses dispositivos, mas que podem ser mitigados através do uso ético e transparente.

A partir da análise histórica, é possível ter um parâmetro sobre as lutas, barreiras e desafios que o Jornalismo já vivenciou e superou. Em todos os momentos, ele se reinventou. Como profissionais, os jornalistas precisaram e precisam, diariamente, enfrentar variações no setor econômico, político, cultural e inclusive nos canais de comunicação.

Além do mais, não é preciso voltar muito na linha do tempo para verificar esses mesmos dilemas, sobretudo aqueles relacionados à ascensão de novas tecnologias. Nota-se que esse

receio é praticamente universal quando há uma novidade no setor jornalístico: nas mudanças dos impressos para a rádio e televisão; a chegada da web, seguida da popularização das mídias sociais, entre outros. No que se refere à inteligência artificial, isso não é diferente.

Em todas as esferas, a atuação do jornalista sempre foi permeada pela necessidade de atualização (ainda que fosse como instinto de sobrevivência) – e todas essas mudanças retratam traços históricos que refletem o período em questão. Da mesma forma, a inteligência artificial revela novas alternativas que se somam ao Jornalismo e a sociedade em que vivemos nos dias de hoje.

Acrescenta-se que este estudo também foi de grande importância para compreender que, da mesma forma que em outras criações, a IA pode ser usada para fins positivos, ela também pode ter efeitos negativos. Por isso, saber como usá-la não é uma escolha, é uma necessidade para os jornalistas. Afinal, o Jornalismo não só é um reflexo do que acontece na sociedade, como também pode afetá-la. Como vimos ao longo do texto, o ChatGPT possui uma série de limitações – apontadas, até mesmo, pelas próprias plataformas. Desse modo, seu emprego de forma inadequada pode aumentar a reprodução de vieses, gerar desinformação e várias outras consequências.

Sendo assim, entre os desafios que presenciaremos nos próximos anos, estão o uso transparente, ético e regulamentado nas redações e organizações jornalistas. Acreditamos que, sob essas condições, o desenvolvimento da IA generativa poderá trazer inúmeras contribuições para auxílio dos jornalistas, tendo em vista que esses dispositivos não têm o poder de apurar as informações, ir às ruas ou entrevistar pessoas – muito menos substituem o papel de mediação do jornalista – no entanto, eles podem potencializar a qualidade do conteúdo desenvolvido, de modo a otimizar o trabalho dos jornalistas, reduzir o tempo para elaboração das matérias, entre outros benefícios.

Para tanto, cabe destacar também que este estudo, bem como as observações realizadas, não finalizam as discussões referentes à IA no Jornalismo, sobretudo por se tratar de uma pesquisa exploratória e pelas limitações de tempo e espaço envolvidas. Os avanços relacionados a estudos como este são imprescindíveis para o cenário atual e futuro da profissão, inclusive para conhecimento de suas limitações. Desse modo, uma sugestão para complementar os resultados obtidos e desenvolver futuras pesquisas dentro deste campo, é realizar uma imersão com experiências dos jornalistas com o ChatGPT e aprofundamento em outras plataformas, incluindo os resultados e implicações desse uso nas organizações jornalísticas. Uma alternativa para aprofundamento deste estudo é realizar um recorte regional e local em torno dos usos da IA nas organizações jornalísticas e vivências dessas rotinas produtivas.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Leonel; ANDRADE, Ana. Novas interfaces nas rotinas produtivas e credibilidade jornalística: uma contribuição aos estudos da profissão. **Revista Mediação**, Belo Horizonte, 2020, v.22, n. 31, p. 67-79. 25 ago. 2021. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/mediacao/article/view/8075>. Acesso em: 18 set. 2023.

ALDÉ, Alessandra; XAVIER, Gabriela; BARRETOS, Diego. Critérios jornalísticos de noticiabilidade: discurso ético e rotina produtiva. *In: Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC*, 10., 2004, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Intercom, 2004. p. 1-18. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/161380636297249727131146912782138369804.pdf>. Acesso em: 19 out. 2023.

AS 3 ETAPAS da inteligência artificial e por que a 3ª pode ser fatal. **BBC**, [S.l.], 29 maio 2023. Tecnologia. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cw5kyywz074o>. Acesso em: 10 set. 2023.

ASSIS, Francisco de. O jornalismo além do lead: rotinas produtivas, anuências e condições para uma prática diferenciada. **Revista Comunicação Midiática**, Bauru, v. 12, n.3, p. 40-54, 2017. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/27>. Acesso em: 19 set. 2023.

BASTOS, Hélder. Ciberjornalismo: dos primórdios ao impasse. **Comunicação e Sociedade**, Porto, v. 9-10, p. 103-112, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/312261374_Ciberjornalismo_dos_primordios_a_o_impasse. Acesso em: 27 out. 2023.

BARD. **Sobre o Bard**. Disponível em: <https://bard.google.com/>. Acesso em: 26 out. 2023.

BERTI, Orlando. **ChatGPT: evolução ou fim do jornalismo?** Teresina: EdUESPI, 2023. Disponível em: <https://editora.uespi.br/index.php/editora/catalog/view/141/131/711-1>. Acesso em: 18 set. 2023.

CABRAL, Laura. **Jornalismo Automatizado: inteligência artificial e robôs nas redações das organizações jornalísticas**. Orientadora: Fabiana Cardoso de Siqueira. 2022. 110 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Curso de Jornalismo, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022.

CANTANHEDE, Ytalo; ZANFORLIN, Sofia. As definições do Newsmaking: um estudo bibliográfico sobre as perspectivas do conceito. **Anagrama**, São Paulo, v. 14, n.1, p.1-16, jun. 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/164265>. Acesso em: 19 out. 2023.

CARNEIRO, Raquel; CAPUANO; Amanda. Algoritmos: a inteligência artificial já chegou – e dominou nossas vidas. **Veja**, Rio de Janeiro, 02 jul. 2021, ed. 2745. Cultura. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/algoritmos-a-inteligencia-artificial-ja-chegou-e-dominou-nossas-vidas>. Acesso em: 18 set. 2023.

CHATGPT. **What is ChatGPT?** Disponível em: <https://help.openai.com/en/articles/6783457-what-is-chatgpt>. Acesso em: 17 out. 2023.

CHUA, Gina. *How chatbots can change journalism. Or not.* **Semafor**, [S.l], 19 fev. 2023. Disponível em: <https://www.semafor.com/article/02/17/2023/how-chatbots-can-change-journalism-or-not>. Acesso em: 19 out. 2023.

COMO usar o ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa na sua redação. [Curso online ministrado por Aimee Rinehart e Sil Hamilton], 25 set.- 22 out. 2023. Disponível em: <https://www.kccourses.org/course/view.php?id=112#section-0>. Acesso em: 23 out. 2023.

COOLS, Hannes; DIAKOPOULOS, Nicholas. Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that. **Nieman Lab**, [S.l], 11 jul. 2020. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/>. Acesso em: 20 out. 2023.

COSTA, Ruthy; CARVALHO, Cristiane. Jornalismo e redes sociais: novas práticas e reconfigurações. **Comunicação e Informação**, Goiânia, v. 24, p. 1-16, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/download/62507/37799/333413>. Acesso em: 19 out. 2023.

CRESWELL, John. Projeto de pesquisa: **métodos quantitativo, qualitativo e misto**. 2ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/696271/mod_resource/content/1/Creswell.pdf. Acesso em: 07 out. 2023.

ESCOBAR, Herton. Inteligência artificial, jornalismo e desinformação. **Jornal da USP**, São Paulo, 17 fev. 2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/articulas/herton-abacherli-escobar/inteligencia-artificial-jornalismo-e-desinformacao/>. Acesso em: 19 out. 2023.

FRANCISCATO, Carlos. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, [S.l], v. 7, n. 1, 8-18, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p8>. Acesso em: 19 out. 2023.

GONÇALVES, Carlos; SANTOS, Jocylma. Do Jornal Impresso ao Webjornalismo: Técnicas de Produção e Edição na Era da Interatividade e Convergência das Mídias. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 11., 2012, Palmas. **Anais [...]**. Palmas: [s.n], 2012. p. 1-15.

Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2012/resumos/R29-0225-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2023.

GIL, Antonio. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. *E-book*, p. 1-176. Disponível em:

<https://docente.ifrn.edu.br/mauriciofacanha/ensino-superior/redacao-cientifica/livros/gil-a.-c.-como-elaborar-projetos-de-pesquisa.-sao-paulo-atlas-2002./view>. Acesso em: 20 out. 2023.

GUIMARÃES, Adriana; FERNANDES, Nuno. O jornalismo em evolução. In: SEMINÁRIO DE I&DT, 3., 2012, Porto Alegre. **Anais** [...]. Porto Alegre: IPP:Repositório Comum, 2012. p. 1-9. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/4152>. Acesso em: 19 out. 2023.

IOSCOTE, Fabia. Jornalismo e inteligência artificial: tendências nas pesquisas brasileiras entre 2010 e 2020. **Novos Olhares**, Paraná, v. 10, n.2, p. 162-182, jul-dez, 2021.

Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/188912>. Acesso em: 10 out. 2023.

IV CICLO: IA e ChatGPT: possibilidades e dilemas éticos. [S. l.: s. n]. 1 vídeo (1h 36min). Publicado pelo canal Ciclo de Debates Jurídicos. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=1yjFBBxfzgU>. Acesso em: 18 set. 2023.

KNIGHT CENTER. IA Generativa: O que os jornalistas precisam saber sobre ChatGPT e outras ferramentas. **YouTube**, 17 ago. 2023. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Evkum_8ZB0U&t=3246s. Acesso em: 20 out. 2023.

LEMOES, André. Cibercultura e Mobilidade: A Era da Conexão. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005, Rio de Janeiro, Anais [...]. Rio de Janeiro: Intercom, 2005, p. 1-17. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/pdfs/140429770509861442583267950533057946044.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2023.

MEIRA, Silvio. **Chatgpt**: cria ou destrói o trabalho?, 2023.

Disponível em: <https://silvio.meira.com/chatgpt-cria-ou-destroi-trabalho/>. Acesso em: 20 out. 2023.

NEVEU, Érik. Sociologia do jornalismo. São Paulo: Loyola, 2006

O JOGO da Imitação. Direção: Morten Tyldum. Produção: Teddy Schwarzman, Nora Grossman, Ido Ostrowsky. Reino Unido. 1 vídeo (1h 54min). The Weinstein Company, 2014.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

PENACCHIO, Katherine. Jornalistas latino-americanos experimentam o ChatGPT em seus processos de redação, edição e geração de ideias. **LatAm Journalism Review** - Knight Center, [S.l.], 5 jul. 2023. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/jornalistas-latino-americanos-contam-suas-experiencias-com-o-chatgpt-em-seus-processos-de-redacao-edicao-e-geracao-de-ideias/>. Acesso em: 19 out. 2023.

PEREIRA, Fábio. O ‘Jornalista Sentado’ e a produção da Notícia on-line no CorreioWeb. **Emquestão**. Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan.- jun., 2004. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/85/45>. Acesso em: 17 out. 2023.

ROPER, Dean. Gauging Generative AI’s Impact in Newsrooms. World Association of News Publishers, [S.l.], 24 maio 2023. Disponível em: <https://wan-iffra.org/insight/gauging-generative-ais-impact-in-newsrooms/>. Acesso em: 17 out. 2023.

SANTAELLA, Lucia. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: Almedina Brasil, 2023.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. Estudos em Jornalismo e Mídia. **Sociologia do Jornalismo**. Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>. Acesso em: 20 out. 2023.

TARNOFF, Ben. Weizenbaum’s nightmares: how the inventor of the first chatbot turned against AI. **The Guardian**, [S.l.], 25 jul. 2023. Tecnologia. Disponível em: <https://www.theguardian.com/technology/2023/jul/25/joseph-weizenbaum-inventor-eliza-chatbot-turned-against-artificial-intelligence-ai>. Acesso em: 18 set. 2023.

TOLEDO, Luciano; SHIAISHI, Guilherme. Estudo de caso em pesquisas exploratórias qualitativas: um ensaio para a proposta de protocolo do estudo de caso. **Revista da FAE**. Curitiba, v. 12, n. 1, p. 103-119, jan-jun., 2016. Disponível em: <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/288>. Acesso em: 19 out. 2023.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. 4. ed. Florianópolis: Insular, 2023. v.1.

VINER, Katharine; BATESON, Anna. The Guardian’s approach to generative AI. **The Guardian**, [S.l.], 16 jun. 2023. Disponível em: <https://www.theguardian.com/help/insideguardian/2023/jun/16/the-guardians-approach-to-generative-ai>. Acesso em: 18 set. 2023.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS JORNALISTAS

Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo

Prezado(a) participante,

Este estudo, intitulado "**Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo**", é desenvolvido pela graduanda Eunice Peixoto Patricio, sob orientação da Professora Zulmira Nóbrega, do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

O objetivo deste estudo é explorar **os usos das novas ferramentas de inteligência artificial generativa nas rotinas produtivas dos jornalistas, com foco no ChatGPT**, bem como avaliar quais são as perspectivas dos jornalistas em relação às ferramentas no cenário atual e futuro da profissão. Considera-se, portanto, que o presente estudo poderá trazer possíveis contribuições teóricas para o campo do jornalismo. Os dados coletados serão manuseados apenas pelas pesquisadoras. Eles poderão ser apresentados em pesquisas científicas, no entanto, serão inseridos apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição a qual pertence ou qualquer informação relacionada a sua privacidade.

Esta pesquisa deve ser respondida por jornalistas. Leva, em média, 4 minutos para responder, e ficará disponível para sua contribuição do dia 19 de setembro até o dia 03 de outubro de 2023.

Agradecemos desde já pela participação!

Dados gerais

1. **Você tem graduação em jornalismo?**

2. **Atualmente, você está trabalhando na área de jornalismo?**

Se sim, em qual empresa?

3. **Há quanto tempo trabalha na área de jornalismo?**

Dados sobre o uso do ChatGPT

4. Você já usou o ChatGPT em sua rotina produtiva de trabalho?

5. Se você marcou "sim" na questão anterior, selecione as opções das atividades que você desenvolveu usando o ChatGPT

Correção e revisão de textos
Resumos emarcadores de informação
Pesquisa simplificada
Personalização do conteúdo
Tradução
Criação de texto
Outro

6. Quais são suas principais preocupações com o uso do ChatGPT no jornalismo?

Violação da ética, privacidade e direitos autorais
Imprecisão da informação
Desinformação
Perda do pensamento crítico
Falta de transparência
Reprodução de viés político e preconceitos
Redução dos postos de trabalho
Não tenho nenhuma preocupação acerca do uso do ChatGPT no jornalismo
Outro

7. Qual das opções abaixo você considera como contribuições acerca do uso do ChatGPT no jornalismo?

Melhoria da produtividade e dos fluxos de trabalho
Automação de processos e tarefas repetitivas
Análise de dados e métricas
Criação de conteúdo personalizado
Aumento da qualidade das informações
Agilidade na tradução de um conteúdo
Não vejo nenhum benefício no uso do ChatGPT no jornalismo
Outro

8. Você acha importante a criação de normas de regulamentação para uso do ChatGPT e de outras ferramentas de IA generativa no jornalismo?

9. Há alguma dúvida e/ou comentário que você queira acrescentar sobre este estudo?

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO APLICADO AOS ESTUDANTES DE JORNALISMO

Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo

Prezado(a) participante,

Este estudo, intitulado "**Pesquisa sobre os usos do ChatGPT no Jornalismo**", é desenvolvido pela graduanda Eunice Peixoto Patricio, sob orientação da Professora Zulmira Nóbrega, do curso de Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

O objetivo deste estudo é explorar **os usos das novas ferramentas de inteligência artificial generativa nas rotinas produtivas dos jornalistas, com foco no ChatGPT**, bem como avaliar quais são as perspectivas dos jornalistas em relação às ferramentas no cenário atual e futuro da profissão. Considera-se, portanto, que o presente estudo poderá trazer possíveis contribuições teóricas para o campo do jornalismo. Os dados coletados serão manuseados apenas pelas pesquisadoras. Eles poderão ser apresentados em pesquisas científicas, no entanto, serão inseridos apenas os resultados obtidos como um todo, sem revelar seu nome, instituição a qual pertence ou qualquer informação relacionada a sua privacidade.

Esta pesquisa deve ser respondida por estudantes de Jornalismo. Leva, em média, 4 minutos para responder, e ficará disponível para sua contribuição do dia 19 de setembro até o dia 03 de outubro de 2023.

Agradecemos desde já pela participação!

Dados gerais

1. **Você é graduando(a) em jornalismo?**

Se sim, em qual instituição de ensino?

2. **Atualmente, você está em qual período letivo?**

Dados sobre o uso do ChatGPT

3. **Você já usou o ChatGPT em alguma atividade acadêmica?**

4. Se você marcou "sim" na questão anterior, selecione as opções das atividades que você desenvolveu usando o ChatGPT

Correção e revisão de textos
Resumos emarcadores de informação
Pesquisa simplificada
Personalização do conteúdo
Tradução
Criação de texto
Outro

5. Quais são suas principais preocupações com o uso do ChatGPT no jornalismo?

Violação da ética, privacidade e direitos autorais
Imprecisão da informação
Desinformação
Perda do pensamento crítico
Falta de transparência
Reprodução de viés político e preconceitos
Redução dos postos de trabalho
Não tenho nenhuma preocupação acerca do uso do ChatGPT no jornalismo
Outro

6. Qual das opções abaixo você considera como contribuições acerca do uso do ChatGPT no jornalismo?

Melhoria da produtividade e dos fluxos de trabalho
Automação de processos e tarefas repetitivas
Análise de dados e métricas
Criação de conteúdo personalizado
Aumento da qualidade das informações
Agilidade na tradução de um conteúdo
Não vejo nenhum benefício no uso do ChatGPT no jornalismo
Outro

7. Você acha importante a criação de normas de regulamentação para uso do ChatGPT e de outras ferramentas de IA generativa no jornalismo?

8. Há alguma dúvida e/ou comentário que você queira acrescentar sobre este estudo?