

**Transparência na incorporação de sistemas
de inteligência artificial no jornalismo:
Análise comparativa de diretrizes de uso de IA no
Brasil**

Bárbara Dezordi Biolchi

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor João Manuel Messias Canavilhas

junho de 2024

Declaração de Integridade

Eu, Bárbara Dezordi Biolchi, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M12339 do Mestrado em Jornalismo da Faculdade de Artes e Letras, declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o **Código de Integridades da Universidade da Beira Interior**.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referência de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 07/06/2024

| *Bárbara Dezordi Biolchi*

Dedicatória

*“Cambia, todo cambia
Pero no cambia mi amor
Por más lejos que me encuentre
Ni el recuerdo ni el dolor
De mi pueblo y de mi gente”*

Recorro aos versos de Julio Numhauser, eternizados na voz de Mercedes Sosa, para dedicar este trabalho ao povo do meu estado, Rio Grande do Sul, vitimado pela maior tragédia climática já registrada na história brasileira.

Agradecimentos

Tenho a convicção de que viver é um ato coletivo, e é isso que me leva a escrever estas linhas de agradecimento. Porque este trabalho não existiria sem a contribuição intelectual e afetiva de uma diversidade de pessoas que atravessaram o meu caminho até aqui. Também não existiria se não fosse a motivação de produzir algo que pudesse servir a outras pessoas, ainda que de forma modesta. Nada se faz na individualidade, e da individualidade nada resulta.

Assim, agradeço à Universidade da Beira Interior por proporcionar a estrutura necessária para realizar esta dissertação. Aos trabalhadores da Biblioteca Central, pela permanente disponibilidade e por terem sido companhia, ainda que silenciosa, nestes nove meses de escrita. Às professoras e aos professores do mestrado em jornalismo, agradeço pelos conhecimentos compartilhados nestes dois anos. Especialmente, agradeço ao Prof. Dr. Nuno Francisco por ter oferecido inquietações, muito mais do que respostas, e por ter feito de suas aulas espaço valioso para o bom debate.

Ao meu orientador, Prof. Dr. João Canavilhas, agradeço pelo trabalho imprescindível que guiou este processo. Desde as primeiras conversas sobre o tema até o último comentário da versão final, cada ponderação foi determinante para que eu concluísse esta dissertação. Sua excelência acadêmica me incentivou a refletir de forma permanente e me desafiou a melhorar a cada capítulo. Agradeço pela confiança, pela forma assertiva com que me orientou e por ter me ensinado que, antes de tudo, é preciso acreditar no que se faz.

Agradeço a minha família por ter me ensinado que criar asas é mais importante do que fincar raízes. Agradeço sobretudo ao meu pai, Luciano Biolchi, meu maior exemplo de determinação e comprometimento, que nunca mediu esforços para proporcionar o melhor para mim, e que está sempre ao meu lado, aplaudindo conquistas e sendo colossais nas dificuldades. Pai, obrigada por me ajudar a olhar o mundo.

Às minhas amigas e aos meus amigos, cidadãos dançantes, minhas referências, agradeço por serem parte essencial do que me constitui. Por serem presentes mesmo na distância e por representarem a potência do amor na forma imensa da amizade. À Ana Laura Almeida, por ser casa, serenidade, ternura e razão. À Gabriela Rabaldo, por ser um porto de escuta e acolhimento. Ao Jeferson Barreto, pela poesia e liberdade que sua existência representa. Ao Douglas Alves e ao Vinícius Pozzebon – a quem agradeço

também pelas importantes contribuições neste trabalho –, pelo apoio constante e por todos os momentos de afeto que proporcionaram nos últimos anos.

Agradeço ao Vinícius Filipin, com quem eu tenho o privilégio de compartilhar a vida há quase 20 anos, por ser a expressão mais profunda do que é a amizade. Obrigada pela tua existência e por transformar o mundo num lugar melhor para se viver. Obrigada pelo olhar generoso, pela escuta atenta, pela leitura impecável e pelas palavras inestimáveis. Caminhar contigo ao meu lado torna o percurso da vida mais leve e bonito.

Por fim, agradeço à Júlia Teles, minha companheira de vida, por ser minha maior incentivadora e por ter embarcado comigo nessa viagem com passagem só de ida. Obrigada por compartilhar comigo o teu brilho, por ser um exemplo de coragem e por acreditar em mim mesmo quando eu não acreditei. Obrigada por me mostrar que o amor vale a pena e por iluminar os meus dias com a imensidão do teu ser.

Resumo

Esta dissertação investiga a incorporação de sistemas de inteligência artificial (IA) nas rotinas jornalísticas, focando em iniciativas adotadas pelos meios de comunicação para garantir transparência neste processo. O avanço e a popularização das chamadas IAs generativas, como o ChatGPT, têm impulsionado debates sobre as potencialidades e limites da IA, especialmente devido à opacidade no desenvolvimento dos sistemas, na forma como os algoritmos operam e na origem dos dados.

No jornalismo, uma área diretamente ligada ao rigor e à fiabilidade das informações, esses aspectos podem ameaçar a credibilidade perante as audiências. Nesse sentido, a transparência ganha relevância para garantir a qualidade do trabalho dos profissionais e informar o público sobre o uso da tecnologia, responsabilidades assumidas e princípios orientadores.

Este trabalho aborda essas questões a partir de uma revisão teórica que explora a relação do jornalismo com os avanços tecnológicos, desde a consolidação da Internet até a emergência da inteligência artificial nas redações, e discute a importância da transparência nas sociedades democráticas e no jornalismo. A etapa empírica é estruturada na análise comparativa de cinco diretrizes elaboradas e publicadas por meios de comunicação brasileiros sobre o tema, visando compreender o grau de transparência em relação ao uso de sistemas de IA no processo de produção de notícias.

Como resultado, constata-se que os meios de comunicação analisados compartilham uma visão comum sobre a IA e orientam a utilização das ferramentas a partir de uma relação de transparência com o público, considerando fundamental informá-lo sobre tais usos. As diretrizes viabilizam a transparência editorial sobre a IA, mas não proporcionam transparência sobre os sistemas algorítmicos e as bases de dados. Diante disso, é proposto um conjunto de iniciativas que visa suprir as lacunas identificadas nos documentos e ampliar a transparência sobre o processo de incorporação de IA.

Palavras-chave

Jornalismo; inteligência artificial; algoritmos; transparência; credibilidade.

Abstract

This dissertation investigates the incorporation of artificial intelligence (AI) systems into journalistic routines, focusing on initiatives adopted by media organizations to ensure transparency in this process. The advancement and popularization of so-called generative AIs, such as ChatGPT, have spurred debates about the potential and limitations of AI, especially due to the opacity in the development of systems, how algorithms operate, and the origin of the data.

In journalism, an area directly linked to the rigor and reliability of information, these aspects can threaten credibility with audiences. In this sense, transparency becomes crucial to ensure the quality of professionals' work and inform the public about the use of technology, assumed responsibilities, and guiding principles.

This work addresses these issues through a theoretical review that explores the relationship between journalism and technological advances, from the consolidation of the Internet to the emergence of artificial intelligence in newsrooms, and discusses the importance of transparency in democratic societies and journalism. The empirical stage is structured around a comparative analysis of five guidelines developed and published by Brazilian media organizations on the subject, aiming to understand the degree of transparency regarding the use of AI systems in the news production process.

As a result, it can be observed that the analyzed media share a common view on AI and promote a transparent relationship with the public, considering it essential to inform them about such uses. The guidelines support editorial transparency concerning AI, but lack clarity on algorithmic systems and databases. Therefore, a set of initiatives is proposed to address the identified gaps in the documents and expand transparency regarding the AI incorporation process.

Keywords

Journalism; artificial intelligence; algorithms; transparency; credibility.

Índice

Introdução	1
1. A transformação do jornalismo a partir da expansão da Internet.....	4
1.1 A chegada da Internet às redações.....	4
1.2 O jornalismo na Internet	9
1.3 Novo ecossistema jornalístico	14
1.4 Crise do jornalismo na Internet.....	17
2. Inteligência artificial e jornalismo: histórico, desafios e implicações.....	23
2.1 Popularização da IA	23
2.2 Conceitos de IA e principais modelos	24
2.3 Uso de IA nos processos jornalísticos	28
2.4 Preocupações do campo jornalístico sobre IA.....	33
3. Transparência	39
3.1 Conceito de transparência	39
3.2. Leis relacionadas com a transparência	46
3.3. Transparência e jornalismo.....	49
4. Iniciativas regulatórias e recomendações para uso de IA no jornalismo	57
4.1 Projetos de Lei e recomendações.....	57
4.1.1 Contexto norte-americano	58
4.1.2 Lei de IA da União Europeia	60
4.1.3 Projeto de Lei de IA do Brasil.....	62
4.1.4 Recomendação da UNESCO.....	63
4.2 Recomendações para uso de IA no jornalismo	64
5. Metodologia	67
5.1. Tema e problema.....	67
5.2. Objetivos e perguntas de investigação	67
5.3. Variáveis	68
5.4. Objetos de estudo	70
5.4.1. Núcleo Jornalismo.....	71
5.4.2. Agência Pública	71
5.4.3. Agência Tatu.....	71
5.4.4. Revista AzMina.....	72
5.4.5. Jornal O Estado de S. Paulo	72
5.5. Método de análise	73
6. Análise e discussão	76

6.1. Análise automatizada	76
6.1.1. Núcleo Jornalismo.....	76
6.1.2. Agência Pública	78
6.1.3. Agência Tatu.....	79
6.1.4. Revista AzMina	80
6.1.5. Estadão	82
6.1.6. Discussão comparativa	84
6.2. Análise a partir das variáveis.....	85
6.2.1. Importância da transparência	86
6.2.2. Transparência no uso de IA para geração de conteúdo.....	87
6.2.3. Transparência no uso de IA para personalização	88
6.2.4. Transparência sobre origem dos dados	89
6.2.5. Transparência sobre algoritmos e sistemas de IA	89
6.2.6. Transparência sobre responsabilidade editorial	89
6.2.7. Discussão dos resultados	90
Conclusões.....	94
Propostas.....	99
Limitações e estudos futuros	101
Referências bibliográficas	102

Lista de Figuras

Figura 1: Núvem de palavras Núcleo Jornalismo	77
Figura 2: Análise de similitude Núcleo Jornalismo.....	77
Figura 3: Nuvem de palavras Agência Pública.....	78
Figura 4: Análise de similitude Agência Pública	79
Figura 5: Nuvem de palavras Agência Tatu	80
Figura 6: Análise de similitude Agência Tatu	80
Figura 7: Nuvem de palavras Revista AzMina	81
Figura 8: Análise de similitude Revista AzMina.....	81
Figura 9: Nuvem de palavras Estadão	82
Figura 10: Análise de similitude Estadão	83

Lista de Quadros

Quadro 1: Variáveis e perguntas para análise	70
---	----

Lista de Acrónimos

ANJ	Associação Nacional de Jornais
ERC	Entidade Reguladora para a Comunicação Social
EUA	Estados Unidos da América
FIA	Federação Internacional de Automobilismo
FTC	Federal Trade Commission
IA	Inteligência Artificial
IAMCR	Associação Internacional para Pesquisa em Mídia e Comunicação
Iramuteq	Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires
LAI	Lei de Acesso à Informação
NBC	National Broadcasting Company
NLG	Natural Language Generation
NLU	Natural Language Understanding
ONU	Organização das Nações Unidas
OTAN	Organização do Tratado do Atlântico Norte
PL	Projeto de Lei
PLN	Processamento de Linguagem Natural
RLHF	Reinforcement Learning from Human Feedback
RSF	Repórteres Sem Fronteiras
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UE	União Europeia
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
Web	World Wid Web

Introdução

Em novembro de 2022, a empresa norte-americana *OpenAI* disponibilizou ao público uma versão gratuita do *chatbot* ChatGPT, tecnologia de inteligência artificial (IA) generativa capaz de compreender perguntas e gerar respostas em tempo real, de forma coerente e com linguagem que se aproxima da humana. Rapidamente, a novidade ganhou espaço nos noticiários e se tornou assunto debatido pelos mais diversos setores da sociedade. É possível considerar este lançamento como o marco de uma transição que tirou a IA dos laboratórios de desenvolvimento tecnológico e a apresentou como um recurso acessível para todo o tipo de pessoa, não exigindo mais do que uma conexão com a Internet e o domínio de conhecimentos básicos de informática para utilizá-la.

A dimensão palpável do que antes era representado como um futuro distante nos filmes de ficção científica fez proliferar discussões sobre suas potencialidades, mas também sobre os riscos associados, como a substituição de força de trabalho humano por sistemas de IA, os limites éticos do seu uso e os interesses por trás do desenvolvimento. Questões como o viés algorítmico, a falta de explicação sobre a forma como os sistemas são criados e treinados, a geração de respostas imprecisas e a origem dos dados usados pelos algoritmos emergiram como sinais de alerta para o fato de que esta tecnologia precisa de ser submetida a rigorosos processos de controle de qualidade e de regulação.

Foi neste contexto que esta dissertação começou a ser estruturada, buscando elaborar uma reflexão sobre a inteligência artificial e o jornalismo. A partir de leituras prévias e interlocuções que situam a transparência como um elemento fundamental para a atividade jornalística (Christofoletti, 2021; Gehrke, 2021; Kovach & Rosenstiel, 2001; Karlsson, 2020; Koliska, 2022) e para o desenvolvimento e uso de IA (Beckett & Yaseen, 2023; Diakopoulos, 2014; Diakopoulos & Koliska, 2016; Graefe, 2016; Pocino, 2021) na produção de informações noticiosas, a pesquisa parte da seguinte pergunta: que iniciativas estão sendo adotadas pelos meios de comunicação para garantir a transparência na utilização de IA no jornalismo?

O objeto de estudo e de análise é um conjunto de cinco diretrizes elaboradas e publicadas por meios de comunicação brasileiros para orientar o uso de IA nas redações. O objetivo geral é analisar qual é o grau de transparência dos meios de comunicação jornalísticos em relação ao uso de sistemas de IA no processo de produção de notícias. Nesse sentido, busca identificar as diretrizes estabelecidas para o uso de IA, entender como os meios de comunicação informam os leitores sobre tal uso, identificar que tipo de ferramentas baseadas em IA é utilizado nas rotinas jornalísticas e perceber se a incorporação da IA pelo jornalismo estabelece novas demandas de transparência sobre os processos jornalísticos.

Em termos teóricos, a investigação parte de uma retomada da relação do jornalismo com os avanços tecnológicos ao longo da história (Traquina, 2002, 2004), direcionando o foco sobretudo para o período que compreende os anos finais do século XX. Assim, o primeiro

capítulo trata das transformações do jornalismo a partir da expansão da Internet, abordando as mudanças na prática jornalística (Canavilhas, 2006, 2007, 2014, 2016; Deuze e Witschge, 2016; Mielniczuk, 1998, 2003), nos produtos informativos e nas formas de financiamento da atividade (Anderson, Bell e Shirky, 2013; Edo, 2009; Salaverría, 2014, 2015, 2019), colocando em perspectiva o jornalismo desde o surgimento dos primeiros jornais online até a emergência da inteligência artificial nas redações (Túñes-Lopez, Feiras Ceide & Vaz-Álvarez, 2021).

No segundo capítulo, são abordados acontecimentos que favoreceram a popularização da inteligência artificial (Furtado, 2022; Newman, 2023), os conceitos e principais modelos relacionados a esta tecnologia (Brennen, Howard & Nielsen, 2018; Broussard et al., 2019; Canavilhas & Giacomelli, 2023; Martinho, 2023; Santos & Ceron, 2022; Beckett & Yaseen, 2023). Além disso, apresenta uma seção que retoma o início da automatização e trata do uso de IA nos processos jornalísticos (Carlson, 2019; Dörr, 2015, 2016; Graefe, 2016; Latar, 2018; Lewis, Guzman & Schmidt, 2019; Lindén, 2018; Squirra & Carreira, 2018; Túñez López, Nogueira & Toural, 2019). Aborda também as principais preocupações por parte do campo jornalístico sobre o uso de IA, principalmente na sua relação com a transparência (Broussard, 2019; Diakopoulos, 2014, 2015; Diakopoulos & Koliska, 2016; Kent, 2015, 2019; Lassi, 2022; Pocino, 2021).

O terceiro capítulo é dividido em três seções, iniciando com a discussão conceitual a respeito da transparência, os principais tipos e a relevância para os sistemas políticos democráticos (Attard et al., 2015; Bauhr & Grimes, 2013; Etzioni, 2010, 2014; Heald, 2006; Hood, 2007; Michener, Bersch & College, 2013; Oliveira, 2020; Zuccolotto & Teixeira, 2019). A transparência é abordada, também, desde o âmbito jurídico, num resgate de leis que tratam sobre o tema (Bernardes, 2015; Guichot, 2011; Taborda, 2006). O capítulo encerra com a mobilização de teorias que tratam da relação do jornalismo com a transparência, como este campo a enxerga, os tipos e por meio de quais mecanismos é colocada em prática (Campos-Domínguez & Redondo Garcia, 2015; Chadha & Koliska, 2015; Christofletti et al., 2022; Deuze, 2005; Gehrke, 2021; Karlsson, 2010, 2020; Koliska, 2022; Meier, 2009; Renedo Farpón, 2021; Vos & Craft, 2016).

O quarto capítulo reúne as principais iniciativas propostas atualmente no sentido de regular o desenvolvimento e uso da IA (Buiten, 2019; Helberger & Diakopoulos, 2023; Cantekin, 2023). São discutidos projetos de lei no contexto brasileiro e norte-americano, e a lei aprovada na União Europeia em 2024. Além disso, é feito um apanhado de recomendações de entidades ligadas ao jornalismo (Cools & Diakopoulos, 2023; Pocino, 2023), como Repórteres Sem Fronteiras (RSF) e Associação Internacional para Pesquisa em Mídia e Comunicação (IAMCR).

Por meio desta revisão bibliográfica e das escolhas metodológicas detalhadas no quinto capítulo, foi possível constituir a etapa empírica desta dissertação, apresentada no capítulo seis. São analisadas as cinco diretrizes que formam o *corpus* da pesquisa, num primeiro momento com o auxílio do software Iramuteq, que possibilita automatizar o processo de identificação dos principais termos presentes em cada um dos documentos e visualizar como se interligam.

Posteriormente, é realizada uma análise manual, através de seis variáveis elaboradas pela autora com base no referencial teórico, que aprofunda e amplia os resultados encontrados na análise automatizada. Estas análises evidenciam qual é a compreensão dos meios de comunicação sobre a IA, quais são as regras e princípios que orientam o uso da tecnologia por seus jornalistas, sobre quais aspectos os meios de comunicação demonstram maior abertura em relação ao uso de IA e que medidas estão adotando para garantir um processo transparente perante seus públicos.

Entre as principais conclusões desta investigação, é possível afirmar que as cinco diretrizes analisadas expressam uma visão compartilhada de que os sistemas de IA servem como ferramentas de auxílio ao trabalho e não de substituição de profissionais humanos. Também é comum entre os documentos a compreensão de que os leitores devem ser informados quando os produtos jornalísticos resultarem de uso de IA, embora não haja um formato padronizado para tal informação. Foi identificado que as iniciativas cumprem um papel relevante na promoção de transparência editorial sobre a inteligência artificial, ao passo que deixam a desejar no que se refere à transparência sobre os sistemas algorítmicos e sobre as bases de dados a que recorrem. Diante disso, esta investigação encerra com a proposição de um conjunto de iniciativas que, a partir da discussão teórica, podem ser úteis para suprir lacunas percebidas nos documentos, visando ampliar a transparência dos processos e fortalecer a credibilidade jornalística.

1. A transformação do jornalismo a partir da expansão da Internet

O presente capítulo destina-se a uma revisão bibliográfica focada na compreensão sobre a relação entre os avanços tecnológicos e as transformações pelas quais o jornalismo tem passado ao longo dos anos. Especificamente, dedica-se a discutir esta perspectiva de modo aprofundado a partir do desenvolvimento e popularização da Internet, com destaque para as mudanças que foram registradas na prática jornalística, nos produtos informativos e nas formas de financiamento da atividade. Por fim, aborda o contexto de crise que envolve o jornalismo numa dimensão estrutural que, ao mesmo tempo em que conduz para situações de declínio econômico, também desafia profissionais e empresas do jornalismo a compreenderem as novas condições e buscarem nas tecnologias disponíveis resoluções para os problemas desta ordem. Neste capítulo, portanto, desenvolve-se uma retomada histórica do processo, desde o surgimento dos primeiros jornais online até a emergência da inteligência artificial que, em última instância, é o foco central desta dissertação.

1.1 A chegada da Internet às redações

A década de 90 do século passado marcou o princípio de um processo de transformação no campo do jornalismo, na medida em que os meios de comunicação tradicionais iniciaram os primeiros movimentos para estabelecer uma presença online. A utilização de tecnologias digitais já podia ser notada nas rotinas jornalísticas, de forma mais robusta, desde meados da década de 80, principalmente com a adoção de computadores, com o uso de ferramentas de pesquisa na World Wid Web e com a troca de informações através do e-mail (Canavilhas, 2007). Mas foi no período entre os anos de 1994 e 1996 que surgiram, efetivamente, as primeiras publicações de conteúdo informativo na Web (Salaverría, 2019). Este processo ocorreu em diferentes etapas relacionadas com o avanço do desenvolvimento tecnológico, com a popularização e massificação da Internet e com transformações econômicas e sociais.

As novas tecnologias de informação e a Internet redefiniram a maneira como as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas, com implicações na indústria da comunicação, no modo de fazer dos jornalistas, na estrutura das redações e nos modelos de financiamento da atividade. As redações, antes compostas majoritariamente por jornalistas e editores, paulatinamente passaram a incorporar profissionais de áreas como a informática, o design e o marketing (Deuze & Witschge, 2016). Também de forma gradual, novas linguagens emergiram neste novo contexto (Canavilhas, 2007).

Na perspectiva de Marshall McLuhan (1990) “toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo. Os ambientes não são envoltórios passivos, mas processos ativos” (p. 10). Nesse sentido, independente da motivação inicial do desenvolvimento de uma tecnologia, enquanto é incorporada na sociedade, promove mudanças na forma como as pessoas se

relacionam com o mundo e com a própria tecnologia. De maneira ilustrativa, McLuhan (1990) aponta que

[...] a “mensagem” de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas. A estrada de ferro não introduziu movimento, transporte, roda ou caminhos na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos. (p. 22)

Na história do jornalismo, outros marcos de evoluções tecnológicas foram também marcos de transformação da própria atividade. Foi assim com a invenção de Gutenberg, no século XV, com o desenvolvimento das impressoras rotativas, no século XIX, com a implementação do telégrafo, a partir de 1840, com os novos meios de rádio e televisão. Tecnologias que, entre outros aspectos, foram significativas para possibilitar a ampliação da quantidade de páginas impressas, para encurtar o tempo entre os acontecimentos e a transmissão de informações e para viabilizar a constituição de um produto informativo de massas (Traquina, 2002). Para a consolidação do jornalismo a partir do século XIX contribuíram também fatores sociais, econômicos e políticos de uma sociedade que estava em processo de industrialização, de redução das taxas de analfabetismo, de migrações dos meios rurais para os centros urbanos e de desenvolvimento de princípios democráticos.

Foi neste contexto que se desenvolveu um novo tipo de jornalismo, conhecido como *penny press*, caracterizado por ter a informação como objetivo central e por se afastar da concepção de meio utilizado para veicular propaganda política. De acordo com Traquina (2004):

Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exactidão e a noção do jornalismo como um serviço público – uma constelação de ideias que dão forma ao emergente <<polo ideológico>> do campo jornalístico. (p. 25)

Por esta altura foram ganhando força alguns dos princípios basilares do jornalismo – sobretudo, os valores ligados à liberdade, independência e conseqüente credibilidade, rigor, exatidão, honestidade e, mais tarde, objetividade. Além disso, o processo industrial no qual a atividade estava então inserida delimitou um ciclo temporal entre os acontecimentos, a produção da informação em forma de notícia e a distribuição, marcado pelo horário limite de fechamento das edições dos jornais para serem enviados à impressão (Traquina, 2004).

A noção do que é notícia, a ideia de valor-notícia, o modo de organizar as informações para apresentar ao público e o próprio perfil profissional dos jornalistas advêm, nesse sentido, das

transformações ocorridas a partir do século XIX. A estruturação a partir do *lead*, na tradicional forma da “pirâmide invertida”, em que as perguntas “o quê”, “quem”, “como”, “quando”, “onde” e “por quê” passaram a ser respondidas no início do texto jornalístico, com o objetivo de proporcionar que o leitor percebesse logo no princípio quais eram as informações mais importantes relacionadas àquilo que estava sendo noticiado, foi marcante no sentido da compreensão em relação ao fazer jornalístico e ao caráter profissional da atividade (Traquina, 2004). A ideia de noticiabilidade e a definição dos valores-notícia eram norteadas por como “o insólito, o extraordinário, o catastrófico, a guerra, a violência, a morte, a celebridade” (Traquina, 2004, p. 120). O autor admite o caráter duradouro dessas qualidades, mas ressalva que não são imutáveis:

As definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional. (Traquina, 2004, p. 120)

Foram estabelecidas, a partir daquele momento, as condições para o surgimento de um modelo de negócio em que a informação – materializada em forma de notícia – se tornou um produto capaz de render lucros. O aumento das tiragens dos jornais, por um lado, demandou maior emprego de pessoas dedicadas a trabalhar no processo noticioso, o que influenciou a profissionalização da área. Por outro lado, com a redução dos preços e na medida em que ampliaram a penetração na sociedade – deixando de ser consumidos apenas por elites políticas para circular nas mãos de pessoas comuns – os jornais passaram a atrair também investimentos publicitários. Nesse sentido, a comercialização da informação e a venda de espaços para anúncios se tornaram estruturantes para o financiamento dos meios de comunicação.

Esse enquadramento histórico é importante porque permite visualizar o processo de transformação do jornalismo ligado a um período de profunda transformação social, que foi marcante no século XIX e que se estabilizou no século XX. Essa estabilização não significa que o curso da história evolutiva tenha ficado estagnado: o que estabilizou, em alguma medida, foi sobretudo um modelo de negócio (baseado na venda de jornais e na publicidade) e uma forma de produção jornalística estruturada de acordo com o modelo industrial. Estes elementos constituíram uma indústria jornalística, no sentido de que havia “a similitude de métodos entre um grupo relativamente pequeno e uniforme de empresas e a incapacidade de alguém de fora desse grupo de criar um produto competitivo” (Anderson, Bell & Shirky, 2013, p. 32).

Este cenário começou a se modificar com o desenvolvimento de uma tecnologia diferente das outras existentes até então, que viria a influenciar em mudanças de valores e conceitos sociais (Del Bianco, 2004). A Internet e as novas tecnologias digitais de informação e comunicação, que despontaram ainda no século XX e foram amplamente popularizadas no século XXI, tiveram implicações “de ordem técnica, ética, jurídica e profissional para o jornalismo” (Del Bianco,

2004, p. 1), uma vez que viabilizaram novas ferramentas, novas formas de relações e a exigência de novos conhecimentos dos profissionais da área. Mas a dimensão das mudanças foi muito mais abrangente do que puramente uma transformação nas rotinas de trabalho, porque significou que a organização da sociedade como um todo passou a se orientar a partir de uma realidade tecnológica digital.

A Internet é “uma rede que une diversas redes de computadores pertencentes a governos, corporações, entidades educacionais, científicas, organizações civis e indivíduos” (Träsel, 2014, p. 37). Uma tecnologia de origem militar, que foi apropriada pelas mais diversas áreas diante da multiplicidade de serviços possibilitados pela interligação em rede. A troca de mensagens de forma instantânea, a transferência de arquivos, o e-mail e hipertexto são alguns dos recursos viabilizados pela Internet.

A Web, afinal, é estruturada com base no hipertexto, de modo que é possível navegar e acessar diferentes informações em formato de imagem, áudio e texto de maneira interativa e por meio de hiperligações. Este protocolo, que começou a ser desenvolvido em 1989, por Tim Berners-Lee, permitiu a criação dos websites e se tornaria a face mais popular da Internet. Desde que se tornou acessível para a população mundial, a partir de 1993, a Web modificou a velocidade e o volume da circulação de informações, as noções de periodicidade e a forma como as pessoas se relacionam e se comunicam (Edo, 2009).

O surgimento da Internet está inserido em um contexto que se relaciona histórica e socialmente com a evolução do próprio sistema capitalista, de acordo com Del Bianco (2004):

A revolução tecnológica de hoje muda a experiência de mundo, assim como aconteceu na Revolução Industrial, quando surgiram novas relações técnicas de produção, relações sociais e de poder baseadas na propriedade privada dos meios de produção e no tipo de superestruturas características do capitalismo. (p. 2)

Ainda que o aperfeiçoamento tecnológico sempre tenha se dado no decorrer da evolução da sociedade, sendo fundamental para a modificação da relação dos seres humanos com o mundo (Bahia & Rigueira, 2009), o conjunto de atributos intrínsecos à Internet diferencia essa tecnologia de outras desenvolvidas anteriormente. Principalmente, os aspectos de ligação em rede, descentralização, interatividade e viabilidade de troca de informações de modo instantâneo. As autoras chamam a atenção para o fato de que no processo da Revolução Industrial (século XVIII) criaram-se condições para o desenvolvimento de mecanismos que permitiram à humanidade dominar e incidir sobre a natureza, para dela obter subsídios que potencializaram a produtividade e os ganhos econômicos.

O surgimento das tecnologias digitais, por sua vez, se distinguiu do processo observado na Revolução Industrial porque permitiu “ampliar a capacidade intelectual do homem. Não apenas

elas possibilitaram centralizar conhecimentos e informações numa rede técnica informatizada, como permitiram aplicar esses conhecimentos na geração de novos conhecimentos e mecanismos de processamento de informação” (Del Bianco, 2004, p. 3).

Por tudo isto, a Internet pode ser vista como um dos pilares de uma sociedade reestruturada, no sentido de que essa tecnologia acabou por se constituir como um “espaço social e cultural que permite estabelecer a comunicação entre distintos tipos de rede” (Del Bianco, 2004, p. 3). Assim, as relações de trabalho, econômicas, sociais, políticas, as formas de produção e de comunicação passaram a ser influenciadas pela Internet na medida em que se criaram as condições para que houvesse uma interconexão universal entre indivíduos (Bahia & Rigueira, 2009).

Como mencionado, ainda que na sua origem a Internet tenha sido pensada para fins militares, ocorreu um processo de apropriação dessas tecnologias que fez com que pessoas comuns, absolutamente afastadas dos conhecimentos informáticos, fossem capazes de utilizar e dar novos sentidos para elas. Tal apropriação pode ser compreendida através da noção de domesticação, um conceito proposto por Roger Silverstone na década de 1990 e que abrange o modo como os seres humanos interagem com as tecnologias no sentido de obter um retorno positivo para as suas vidas.

Lopes (2010) explica que “a domesticação é entendida, à partida, como o acto de colocar em casa máquinas, ideias ou informação, num processo de consumo activo” (p. 49). Desde a ótica da domesticação, essa prática diante das tecnologias de informação e comunicação (TIC) “[...] confrontou regimes sociais e valores culturais estabelecidos, a nível individual e coletivo [...]. Nas suas formas materiais e simbólicas, o humano e o tecnológico estiveram e estão numa constante dialéctica de mudança” (Silverstone, 2006, p. 4).

Assim, segundo Träsel (2014) o pensamento tecnológico deixou de estar restrito aos centros de desenvolvimento e pesquisa, e se disseminou nas diferentes esferas sociais, promovendo a emergência da cibercultura, ou seja, uma “cultura popular relacionada aos computadores, Internet e, mais recentemente, aparelhos portáteis que combinam informática e telecomunicações, como *smartphones* e *tablets*, ou mesmo em geladeiras e iluminação doméstica conectadas às redes telemáticas” (p. 36).

No campo da comunicação, uma das mudanças mais significativas geradas a partir da popularização da Internet foi a possibilidade de se criar um fluxo multidirecional de informação. O modelo tradicional da comunicação de massas, constituído pelo rádio, pela televisão e pelo jornal impresso, é caracterizado “por apresentar uma estrutura de transmissão de informações unidirecional, onde uma única fonte emissora difunde a informação para uma massa de receptores dispersos geograficamente” (Mielniczuk, 1998, p. 12). A Internet viabilizou, como já mencionado, uma comunicação em rede que permitiu que fosse “possível emitir e receber

informações através do mesmo meio e, praticamente, ao mesmo tempo” (Mielniczuk, 1998, p. 12).

Além disso, a interatividade e as hiperligações possibilitaram que os usuários pudessem passar a interferir nos rumos do seu percurso informacional, acessando não apenas a uma mensagem única, mas navegando por diversas informações ao mesmo tempo. Ao longo do seu desenvolvimento, e na medida em que sua utilização foi incorporada nas distintas áreas da sociedade, a Internet se consolidou como um novo meio de comunicação composto por outros como o correio eletrônico, a troca de mensagens instantânea e interpessoal e a Web – este último, o meio de comunicação de massa em que se desenvolveu o webjornalismo (Canavilhas, 2007).

Antes de 1995, os processos de produção jornalística já estavam informatizados. A coleta de informações, a produção e edição de texto, a diagramação e a impressão já ocorriam com a utilização de tecnologias digitais. Contudo, a veiculação dos produtos jornalísticos em formato de texto ocorria exclusivamente através do papel, de forma física. Com a Web, também a forma de veiculação passou a ser digital. A partir desse momento,

[...] a informação escrita se desprende do suporte tradicional – o papel –, transformando-se em sinais digitais e, conseqüentemente, levando consigo a possibilidade do uso dos códigos de outras mídias como o rádio (som) e a televisão (imagem em movimento). Surgem, assim, perspectivas inéditas relacionadas à produção de material jornalístico. Entre elas, a possibilidade de organizar as informações de forma associativa e não mais apenas sequencial. O conceito de hipertexto passa, então, a pertencer ao mundo das publicações. (Mielniczuk, 1998, pp. 70-71)

Todo esse contexto foi terreno fértil para transformações profundas no jornalismo em seus mais diferentes níveis, desde a fase de apuração até o momento de difusão, modificando o modo de fazer jornalístico, a configuração das organizações, os tipos de conteúdos e a própria relação do público com o jornalismo (Canavilhas, 2007). Um processo que modificou também a relação do jornalismo com as instituições sociais a que historicamente prestou serviço (Pavlik, 2011), e que gerou implicações do ponto de vista ético, profissional e também econômico.

1.2 O jornalismo na Internet

Ainda que os serviços relacionados à Internet, principalmente a Web, tenham se tornado acessíveis tanto economicamente quanto em relação ao conhecimento técnico necessário para o seu manejo, o começo do desenvolvimento do jornalismo na Internet não ocorreu de forma estável e homogênea (Canavilhas, 2007). No contexto português, por exemplo, em um período de apenas cinco anos, entre 1995 e o final do ano 2000, sucederam-se períodos de

implementação de publicações online por parte dos meios tradicionais, de aumento constante de projetos pensados para esse novo meio e de retração – esta, diretamente relacionada com uma situação de “bolha digital” e com um desequilíbrio entre as expectativas e a realidade das receitas de publicidade para a Web (Bastos, 2009). Mas não foi apenas em Portugal que a realidade de otimismo seguido de recuo financeiro se impôs, uma vez que “a este panorama depressivo não foi alheio o enquadramento da conjuntura internacional ligada à “nova economia”, que conduziu, na viragem do milénio, a investimentos avultados nas chamadas “dot.com”” (Bastos, 2006, p. 4).

A instabilidade do processo implicou, segundo Canavilhas (2007), em dificuldade e lentidão para que uma linguagem jornalística própria da Web se desenvolvesse e não havia um padrão consolidado para as produções jornalísticas na Internet. Predominavam iniciativas experimentais e isoladas (Mielniczuk, 2003) que, de um modo exploratório, buscavam compreender a forma mais eficiente para utilizar as potencialidades do novo meio. A razão para isso, de acordo com Bastos (2006), era que “ninguém parecia saber ao certo qual o rumo certo a seguir, mas todos pareciam ter a certeza inabalável de que o comboio da revolução digital tinha chegado e não podia, de forma alguma, ser perdido” (p. 2).

Em termos de operacionalização, o primeiro movimento observado nas redações tradicionais foi a realocação de jornalistas nas então incipientes redações digitais. Ainda não havia profissionais especializados ou formados para o ambiente digital, pelo que coube a alguns jornalistas deixar de redigir notícias de imprensa para “passarem a lidar com uma nova linguagem, a do hipertexto, e com o correio eletrónico, transferência de ficheiros, grupos de discussão e motores de busca” (Bastos, 2006, p. 3).

No novo meio que se constituiu, favorecido pela “[...] evolução técnica de *hardware* e *software*, a redução de preços dos equipamentos informáticos e pelo crescimento da banda larga”¹ (Canavilhas, 2007, p. 1), a informação online se caracterizou principalmente por aspectos como a convergência midiática, a interatividade e a instantaneidade (Edo, 2009). No que tange ao percurso evolutivo do jornalismo na Web, é possível verificar diferentes fases do seu desenvolvimento. De maneira sistematizada, Canavilhas (2006) destaca dois momentos principais: no primeiro, denominado pelo autor como jornalismo online, os meios tradicionais reproduziam na Internet essencialmente os mesmos conteúdos publicados no meio de origem (jornal, rádio ou televisão), ou seja, ocorreu “uma simples transposição do modelo existente no seu ambiente tradicional para um novo suporte” (p. 2); no segundo momento, identificado como webjornalismo, aí sim é que os meios de comunicação passaram a pensar e produzir conteúdos utilizando os recursos facilitados pela Internet, valendo-se de “uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura” (p. 2).

¹ “[...] evolución técnica de hardware y software, la reducción de precios de los equipos informáticos y el crecimiento de la banda ancha[...].” Tradução livre.

É possível identificar, ainda, um terceiro momento, marcado pelo surgimento de publicações exclusivamente online, sem possuir ligação com um meio de comunicação anterior. Denominada por Mielniczuk (2003) como webjornalismo de terceira geração, essa fase foi caracterizada pelo surgimento de “sites jornalísticos que extrapolam a ideia de uma versão para a *web* de um jornal impresso já existente” (p. 36). A autora aponta o surgimento do site jornalístico *msnbc.com*, oriundo de um trabalho conjunto entre a Microsoft – uma empresa informática – e a National Broadcasting Company (NBC), como um dos primeiros exemplos da referida fase. Foi um momento em que os investimentos no webjornalismo aumentaram em resposta ao aumento no número de usuários na rede e também à evolução das condições de infraestrutura, que passaram a suportar a transmissão de áudios e imagens com maior velocidade (Mielniczuk, 2003).

Cabe notar que o fluxo desse desenvolvimento não se deu num sentido em que uma fase sucedeu a anterior, mas sim em uma dinâmica onde diferentes fases ocorreram em simultâneo, ao que era possível observar diferentes meios de comunicação – ainda que inseridos no mesmo contexto econômico e social – em diferentes etapas (Canavilhas, 2007). Essa perspectiva importa para perceber que o processo de desenvolvimento do jornalismo na Internet não seguiu uma lógica linear e foi, na verdade, influenciado pela capacidade dos meios de comunicação e dos jornalistas compreenderem a nova dinâmica, os novos recursos e as novas demandas, e de desenvolverem as competências necessárias para o novo meio.

Os recursos oferecidos pela Internet possibilitaram que os produtos jornalísticos produzidos para a Web pudessem incorporar atributos distintos e específicos. A propósito das características, Mielniczuk (2003) destaca, com base em Palácios (1999), seis elementos: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e instantaneidade. A estes, e diante do cenário de propagação dos dispositivos móveis e das redes de conexão sem fio, cabe acrescentar o elemento da ubiquidade (Pavlik, 2014). Ainda que não seja o objetivo dessa seção aprofundar a discussão sobre cada uma das características mencionadas, faz-se necessária uma rápida apresentação desses conceitos.

Nesse sentido, Mielniczuk (2003) define multimídia/convergência como a integração, em um mesmo suporte, de formatos de imagem, som e texto. Salaverría (2014) amplia um pouco mais essa concepção, sinalizando que no conceito de multimídia cabem pelo menos outras duas dimensões, a saber: multimídia como multiplataforma e como polivalência. Por essa perspectiva, o autor identifica a multimídia como multiplataforma quando “[...] distintos meios da mesma empresa jornalística articulam as suas respectivas coberturas informativas para conseguir um resultado conjunto” (Salaverría, 2014, p. 27). Já a multimídia como polivalência está relacionada com o perfil profissional dos jornalistas, com a capacidade de executar diferentes tarefas que antes eram desempenhadas por profissionais de outras áreas (por exemplo, um jornalista que, além de escrever o texto, é responsável também por fazer a captação de imagens, editar um vídeo ou elaborar um infográfico), com a competência de um

mesmo jornalista atuar, de modo simultâneo, em meios diferentes, e com a atribuição de um mesmo jornalista se ocupar de temas distintos.

Sobre a noção de interatividade, Mielniczuk (2003) refere às condições que a Internet proporciona para que haja a) interação entre leitores, bem como dos leitores com jornalistas e com os veículos de comunicação – por meio de fóruns de discussões, comentários, chats, e-mail –, e b) interação do leitor com o próprio conteúdo informativo, através do hipertexto. A interatividade está relacionada com a possibilidade de o leitor adquirir autonomia para decidir qual percurso noticioso deseja fazer e, também, de ele próprio produzir conteúdo e se expressar (Rost, 2014).

A hipertextualidade, por sua vez, diz respeito à possibilidade de “interconectar textos através de *links*” (Mielniczuk, 2003, p. 46). Segundo Canavilhas (2014), a hipertextualidade é o elemento que faz com que o texto, na Web, deixe de ser “um mero conjunto de palavras ou frases organizadas segundo um conjunto de regras preestabelecidas” (p. 4) e passe a ser uma estrutura formada por blocos informativos ligados entre si. O elemento da hipertextualidade incide sobre a forma como as informações são organizadas e apresentadas na Web.

A personalização diz respeito às possibilidades que tanto usuários quanto meios de comunicação têm de configurar um conteúdo jornalístico de acordo com interesses individuais (Mielniczuk, 2003) ou de nichos. As possibilidades de personalização foram avançando na medida em que os meios de comunicação passaram a ter acesso a dados cada vez mais detalhados e precisos sobre suas audiências, tendo a condição de identificar os perfis e as preferências dos usuários.

A memória, por sua vez, é explicada por Canavilhas (2007), com base em Palácios (2003), como a “capacidade de acumular informação em um repositório em constante crescimento e permanentemente disponível para os usuários”² (p. 53). Essa característica está diretamente relacionada com a formação de bases de dados online. Com o avanço das tecnologias digitais e da informação em rede, “mais e mais arquivos vão sendo digitalizados, indexados, tornados públicos e abertos, equalizando as condições de uso da memória, não só na produção, mas também na recepção” (Palácios, 2014, p. 96).

Os dois últimos elementos característicos do jornalismo na Web são a instantaneidade e a ubiquidade. Assim, a primeira tem a ver com a atualização das informações de modo constante e em tempo real, além da possibilidade de os usuários acessarem a essas informações no mesmo momento em que são publicadas (Mielniczuk, 2003). A instantaneidade, com a Internet, modificou a ideia de periodicidade no jornalismo – antes bastante baseada no horário de fechamento das edições dos jornais impressos – e colocou em questão os parâmetros que constituíam a ideia de “ser o primeiro” (Bradshaw, 2014).

² “Capacidad de acumular información en un repositorio en constante crecimiento y permanentemente disponible para los usuarios” Tradução livre.

Por fim, a ubiquidade tem relação com a expansão dos dispositivos móveis e das redes sem fio, e está ligada ao fato de que

[...] qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global. (Pavlik, 2014, p. 160)

Para o jornalismo, a Internet significou um novo ambiente para a produção e veiculação de informações. Diante dos jornalistas e das empresas de jornalismo, passou a haver uma vasta gama de novos recursos a serem compreendidos e incorporados. A Internet serviu aos jornalistas, também, como um canal de acesso a diversas fontes, agências de notícias e outros meios de comunicação, e possibilitou acessar, pesquisar e analisar uma infinidade de informações, tornando-se “parte constitutiva do próprio método de checagem e apuração de informação” (Del Bianco, 2004, p. 4). O que ocorreu nas redações, segundo Edo (2009), foi uma evolução irreversível que modificou “o design, o conteúdo, os gêneros, a distribuição temática e as seções, os formatos, muitas das rotinas das redações, os investimentos, a publicidade e, como já explicado, a relação do veículo com as audiências e a frequência de atualização”³ (p. 10).

A autora afirma que a possibilidade de atualização constante das informações na Internet e o fato de as audiências passarem a ser também produtoras de informação foram duas das características que mais impactaram o processo jornalístico. A primeira porque modificou o conceito de periodicidade, deslocando a noção de um ciclo (de horário, de dia ou de semana) entre o acontecimento de um fato e a sua comunicação pelos meios, para uma noção de instantâneo, daquilo que está acontecendo e sendo transmitido ao mesmo tempo. Simultaneamente, conferiu aos meios de comunicação e aos jornalistas maior rapidez para informar, mas também representou maior pressão para “ser o primeiro” e maior risco de erro na apuração dos fatos.

Já o aspecto relacionado às audiências importa porque impactou a ideia de comunicação como uma via de mão única, em que um meio de comunicação detinha a informação e o receptor dependia de mediação para se informar. Conde (2018) argumenta que a Internet “gerou uma desobediência com relação à hierarquia da comunicação de massa, em que o processo ocorria de “um para todos”, dando origem a um modelo em que a mensagem circula de “todos para todos” (p. 28).

Aqueles que antes apenas recebiam informações passaram também a produzir e disseminar informações de modo autônomo, o que influenciou para aumentar significativamente a oferta de

³ “el diseño, los contenidos, los géneros, los porcentajes temáticos y las secciones, los formatos, muchas rutinas de las redacciones, las inversiones, la publicidad y, como ya se ha explicado, la relación del medio con las audiencias y la frecuencia de actualización” Tradução livre.

informação na rede. Axel Bruns (2006) emprega o conceito de *produser* para explicar essa mudança nos limites entre quem produz e quem consome informações. Desde esta compreensão, as pessoas podem ser ao mesmo tempo produtoras (*producer*) e usuárias (*user*) das informações que produzem, atuando de modo colaborativo e participativo. O autor argumenta que estes produtores-usuários passam, então, a serem orientados por uma lógica de *produsage* (Bruns, 2011). No centro da *produsage*, de acordo com Bruns, não está a produção de notícias, mas sim um empenho de forças coletivas para organizar e promover uma curadoria do grande volume de notícias e informações disponíveis online.

1.3 Novo ecossistema jornalístico

No princípio do processo de aproximação da prática jornalística com a tecnologia da Internet, os meios de comunicação a utilizavam simplesmente como um suporte, disponibilizando, de forma digitalizada, as versões impressas dos seus conteúdos. Com o passar dos anos, o panorama evoluiu de tal forma que exigiu de jornalistas e organizações o desenvolvimento de “novas táticas, novas estruturas organizacionais e uma nova autoconcepção – enquanto ainda persistem velhas estruturas, rotinas e definições (de valores-notícia)” (Deuze & Witschge, 2016, p. 8). O computador e a conexão em rede passaram de simples auxiliares no processo jornalístico para ferramentas estruturantes da construção do conteúdo informativo (Träsel, 2014) e presentes em todas as fases do processo jornalístico. Nesse sentido,

O acesso a bancos de dados públicos se tornou ainda mais simples e barato através das conexões diretas pelas redes de computadores. Os contatos com fontes passaram a ser feitos via correio eletrônico ou mesmo por mensageiros instantâneos. O desenvolvimento de serviços de busca ampliou ainda mais a utilidade da Internet para a apuração, permitindo reunir dados preliminares sobre temas de reportagens, descobrir novas fontes e material de apoio. (Träsel, 2014, p. 49)

Além de possibilitarem novas formas de distribuição, esses elementos de construção narrativa e de interação com as audiências impactaram no próprio perfil profissional dos jornalistas e na dinâmica das organizações. Nessa perspectiva, Deuze e Witschge (2016) explicam que, no novo contexto consolidado, “ser um jornalista profissional e trabalhar com jornalismo no século XXI significa, para a maioria, ter que ir além do jornalismo” (p. 18).

Além disso, foram integrados, nas redações jornalística, novos profissionais provenientes de outras áreas e sem ligação com os processos e com os valores jornalísticos, que são considerados por Canavilhas et al. (2014) como tecnoatores que “detêm os conhecimentos necessários para lidar com os *softwares*” (p. 86). Assim,

Desde um ponto de vista instrumental, são eles que possuem profundo domínio técnico sobre linguagens de programação e softwares de edição que agem sobre o trabalho

jornalístico, influenciando simultaneamente os procedimentos e os produtos. Designers e programadores conquistam proeminência diante da carência ou completa falta de expertise dos jornalistas em um momento de acelerada mudança nas tecnologias. (Canavilhas et al., 2016, p. 2)

A nova realidade, no entanto, não se constituiu de modo pacífico e impôs desafios e tensões para a atividade jornalística. No que tange às questões relacionadas com a incorporação de novos profissionais nas redações, entraram em rota de colisão “as diferentes concepções e abordagens que cada área atribui à prática jornalística, bem como às noções de notícia, informação e comunicação [...]” (Canavilhas et al., 2014, p. 87).

Outra dimensão sensível está relacionada com a possibilidade de qualquer pessoa com conhecimentos básicos no uso da Internet poder criar páginas próprias para a produção e disseminação de conteúdos diversos (opiniões, experiências pessoais, conhecimentos especializados, vídeos, imagens, sons e todo o tipo de informações). A possibilidade daqueles que antes eram considerados consumidores de informação terem nas mãos a condição de serem também produtores de informação impactou a noção do jornalismo (e do jornalista) como detentor desse produto informacional (Rosen, 2012).

Anderson, Bell & Shirky (2013) argumentam que “um dos efeitos mais desnordeantes da internet foi combinar modelos de meios e de comunicação num único canal” (p. 39). Com base no termo “The People Formerly Known as the Audience” (traduzido para o português como “a turma antes conhecida por audiência”), proposto pelo professor norte-americano Jay Rosen, os autores sustentam que essa transformação conferiu às pessoas “um grau inédito de poder de comunicação” (p. 39).

Segundo Edo (2009), isso “significou uma mudança decisiva nas tendências comunicativas”⁴ (p. 14) porque não apenas sedimentou uma situação de extrema abundância de informação, como gerou ruído na própria compreensão sobre a importância e o papel do jornalismo na sociedade. Além do mais, impôs uma competição por audiência entre os meios de comunicação jornalísticos e a gama de publicações digitais amadoras (Träsel, 2014). Há ainda outra questão que se relaciona com a ideia de livre circulação de informação na Internet e que gerou (e ainda gera) constrangimentos no sentido de as pessoas compreenderem a necessidade de pagar por algo que acessam na Web.

Outro aspecto que despontou no contexto da era digital e que também acarretou implicações para o jornalismo, de acordo com Deuze e Witschge (2016), tem a ver com uma mudança nos modos de produção e nas formas de trabalho. Os autores sinalizam, a partir da compreensão de pós-industrialização do jornalismo (Anderson, Bell & Shirky, 2013), que o século XXI é marcado

⁴ “ha supuesto un cambio decisivo en las tendencias comunicativas” Tradução livre.

por uma transição do modelo industrial, centralizado e hierárquico, “para o que Castells (2010) chama de forma de produção de empresa em rede” (p. 8).

Nesse novo formato, tornam-se proeminentes as tendências de um modo de trabalho cujas relações e condições são mais precárias e instáveis. A ideia de um jornalista profissional, com uma carreira estabilizada dentro de um meio de comunicação, detentor de garantias trabalhistas e salariais, dá lugar a uma concepção de profissional individual ou mesmo de um jornalista empreendedor. Assim, o contexto em que o jornalista exerce o seu trabalho passou a ser

[...] profundamente precário governado por uma permanente impermanência na indústria (onde contínuos remanejamentos, reorganizações, demissões e inovações são a norma), no ambiente de trabalho (onde o lugar onde você trabalha e as pessoas com quem você trabalha estão em constante mudança), e nas carreiras (onde sua trajetória de trabalho é imprevisível, para dizer o mínimo). (Deuze & Witschge, 2016, p. 8)

Esse panorama ultrapassa a dimensão apenas do jornalismo e se relaciona com uma pós-industrialização da sociedade como um todo, em que novos princípios econômicos, políticos e sociais emergem e passam a influenciar as formas de relações e de trabalho (Rodrigues, 2013). A autora refere a flexibilidade, a descentralização e a mobilidade como novos valores propagados nessa sociedade pós-industrial. Valores que chocam com a já mencionada tradicional estrutura da indústria jornalística, baseada no controle sobre os processos de produção e veiculação das informações. Na era digital, a forma como a sociedade se relaciona, como produz e como consome notícias colide com o modo como o jornalismo se estruturava até então, no sentido de que

[...] historicamente, jornalismo sempre foi aquilo que os jornalistas fizeram, definição que entrou em colapso. Até 15 anos atrás, o jornalismo era apenas aquilo que pessoas contratadas por grandes empresas tinham acesso e condições de fazer, tornando público algum tipo de discurso, o que configurava então uma indústria de informação. (Rodrigues, 2013, p. 142)

Fica evidente que as mudanças ocorridas a partir do desenvolvimento tecnológico e da consolidação da Internet representaram (e ainda representam) implicações profundas para a sociedade, de um modo geral, e para o jornalismo, em específico – tanto em relação a forma de produzir e distribuir notícias, quanto na própria compreensão sobre o que é e qual é a função do jornalismo. É com base nisso que Anderson, Bell & Shirky (2013) sustentam que, no jornalismo pós-industrial, se constitui um novo ecossistema jornalístico.

A velocidade das transformações e a rapidez com que novas tecnologias são desenvolvidas e popularizadas impõem desafios para compreender os processos e pensar as melhores formas de incorporar novas ferramentas e linguagens à atividade jornalística. Estas, junto com aspectos econômicos, são questões que abrem terreno para contextos de crises, por um lado, mas também para perspectivas de inovação porque, para sobreviver, “as formas tradicionais de jornalismo (como o próprio jornal impresso) tiveram que repensar e/ou reorganizar suas práticas, modos de apresentação, estratégias de conquista do público [...]” (Lopes, 2011, p. 10).

Não se pode perder de vista, entretanto, que a história do jornalismo é, em si, marcada por momentos de transformações profundas, instabilidades e situações de crises – não sendo, por isso, uma novidade nesse campo. Assim, é necessária uma reflexão contextualizada sobre o desenvolvimento da atividade jornalística na sociedade, de modo a tornar possível identificar as particularidades que diferenciam esse momento de outros já experienciados.

1.4 Crise do jornalismo na Internet

Os processos que envolveram o jornalismo a partir dos últimos anos do século XX possuem uma dimensão complexa e dinâmica. A velocidade dos avanços tecnológicos nem sempre foi acompanhada pela capacidade de assimilação por parte dos meios de comunicação e dos profissionais que deles fazem parte (Canavilhas, 2007; Edo, 2009). Tão discutidos quanto estas transformações são também os momentos de crise e a urgência de propostas inovadoras para esse campo obter sustentabilidade econômica (Salaverría, 2015; Anderson, Bell & Shirky, 2013). Diante de um contexto de abundância informativa (Edo, 2009), tornou-se essencial reposicionar o jornalismo enquanto serviço público relevante para o bom desenvolvimento da sociedade, das instituições sociais e da própria democracia (Pavlik, 2011).

A complexidade do período não diz respeito apenas ao âmbito do jornalismo. O mundo mudou e se tornou um espaço globalizado, com possibilidade de trocas e conexões instantâneas que ocorrem para além de fronteiras geográficas.

Assim como a máquina a vapor introduziu mudanças fundamentais nas sociedades do século XIX, transformando definitivamente a vida nas cidades, as relações de trabalho e a forma de valorização do capital, este início de século XXI depara-se com a mais profunda transformação dos meios de produção, devido à lógica informacional pela qual as relações de produção estão sendo organizadas. (Figaro & Silva, 2020, p. 103)

Nesse sentido, é possível compreender que na reconfiguração das relações sociais, econômicas e políticas observadas nos últimos anos, as novas TIC possuem um caráter muito mais profundo do que simplesmente se constituírem como novas ferramentas incorporadas no dia a dia das pessoas ou nas rotinas de trabalho. Setores que antes operavam com base em modelos de produção centralizados e hierarquizados passaram a ter condições de descentralizar e

automatizar processos, além de ter acesso a dados disponíveis para serem analisados em tempo real, por exemplo. Há uma dimensão, portanto, de influência nos métodos de produção, na forma como os produtos e serviços são criados e distribuídos, na relação com consumidores e na atribuição de valor sobre o que é produzido na sociedade (Corrêa, 2006).

No campo do jornalismo, a profundidade das mudanças ligadas às novas tecnologias se relaciona principalmente com a viabilidade de compartilhar informações de forma livre e instantânea, com o estabelecimento de condições para que qualquer pessoa produza informações, ainda que sem formação técnica para isso, e com a pulverização da distribuição de aportes financeiros (Träsel, 2014). Os recursos que antes eram concentrados para os meios de comunicação, no novo contexto passaram a ser disputados também por outras empresas de tecnologia (por exemplo, grandes plataformas como Google, Yahoo!, Amazon ou Meta). De acordo com Nunes (2014), “o cenário de fragmentação e a popularização dos novos canais para produção, distribuição e recepção do conteúdo midiático levaram a uma redefinição da quantificação monetária da receita publicitária e de suas origens” (p. 37), principalmente porque os custos dos anúncios online, desde o início, sempre foram muito inferiores quando comparados com os valores praticados pelas mídias chamadas tradicionais.

Para Salaverría (2015), a crise que se abateu sobre o jornalismo possui duas dimensões: uma dimensão econômica e outra estrutural. Do ponto de vista econômico, o cenário foi agravado pela “profunda depressão financeira que sofrem os países ocidentais desde o final de 2007” (Salaverría, 2015, p. 80). Além da já referida fragmentação dos investimentos financeiros, principalmente oriundos de verbas publicitárias, o jornalismo foi impactado também pela perda de poder de compra dos consumidores:

A redução do poder aquisitivo dos cidadãos fez que estes decidam com muito mais cuidado onde gastar seu dinheiro. E nesta atitude ficam especialmente prejudicados os produtos culturais como os oferecidos pelos meios de comunicação: entre o pão e o jornal, o dinheiro vai para o pão. (Salaverría, 2015, p. 80)

Em relação ao âmbito estrutural, o autor argumenta que a “digitalização rachou as estruturas essenciais em que se apoiava tradicionalmente a indústria da mídia” (p. 81). As transformações tecnológicas colocaram diante dos meios de comunicação a necessidade de evoluir de um modelo analógico para um contexto em que foram rompidas as noções de fronteira territoriais de circulação das informações, de barreira para o surgimento de novos meios e publicações – isto é, se tornou mais barato, fácil e rápido criar um novo meio na Internet –, de ciclo editorial que delimitava o intervalo de tempo para a produção de conteúdos e de detenção do poder de informar (Salaverría, 2015). Estas alterações contribuíram para desestruturar o modelo de negócios que sustentava as mídias tradicionais, até então baseado na venda de espaços para anúncios e no consumo das audiências. Os resultados foram (e ainda são) dramáticos, com a

falência e fechamento de meios de comunicação, demissões de profissionais em todo o globo, rebaixamento das condições de trabalho e da própria qualidade dos conteúdos informativos.

Para Corrêa (2006), não é possível atribuir às novas tecnologias de informação e comunicação a causa central dos problemas enfrentados pela indústria da comunicação. A autora defende que há um fator que compreende erros de avaliação sobre o novo contexto, falta de planejamento e equívocos na tomada de decisões por parte dos responsáveis pelas empresas jornalísticas. Dessa forma, no princípio da assimilação da nova realidade promovida pela era digital, as empresas jornalísticas acreditaram ser suficiente apenas transpor as estratégias de negócios dos meios analógicos para o contexto digital, não apenas em relação aos conteúdos, como já foi discutido, mas também a nível de gestão.

Assim, “muitas investiram em tecnologia e novos negócios para adquirirem um perfil contemporâneo, mas quase todas não deixaram de agir no velho modo” (Corrêa, 2006, p. 52). Essa perspectiva de que as tecnologias por si só não são as causadoras da crise no jornalismo, mas que a instabilidade é fruto também dos processos de tomada de decisões, é corroborada por Lopes (2011) quando sustenta que

De fato, os impactos da tecnologia sobre as profissões são fortes a ponto de extinguir funções, alterar modus operandi, conferir novo ritmo, criar novas ansiedades e diminuir outras, motivar formações em novas competências. Elas movimentam não apenas o campo dos fazeres, mas também o dos saberes e dos valores. Contudo, é bom que se deixe extremamente claro que não é a tecnologia sozinha e autonomamente que provoca tais alterações. Ela possui tanto um caráter de produtor quanto de produto das ações humanas. (p. 7)

Os pesquisadores norte-americanos Anderson, Bell e Shirky (2013) identificam o período como a fase do jornalismo pós-industrial, no sentido de que as estruturas que alicerçavam as bases da indústria jornalística – principalmente os fatores que garantiam ao setor a exclusividade na produção e disseminação do conteúdo informativo – foram superadas, de modo que “produtores de notícias, anunciantes, novos atores e, sobretudo, a turma anteriormente conhecida como audiência gozam hoje de liberdade inédita para se comunicar, de forma restrita ou ampla, sem as velhas limitações de modelos de radiodifusão e da imprensa escrita” (p. 32). Essa nova condição do ecossistema jornalístico, para além das instabilidades econômicas, de certa forma também afetou as noções sobre a importância do jornalismo e do profissional jornalista na sociedade.

Historicamente, o jornalismo desempenha o papel social de oferecer notícias e informações sobre temas de interesse público que interferem no funcionamento das sociedades democráticas (Pavlik, 2011). Para isso, é orientado por valores como o rigor, a exatidão, a verdade e a

objetividade. Os jornalistas partilham um método baseado em critérios de noticiabilidade e de valores-notícia, que baliza a filtragem daquilo que é notícia, a apuração, a organização e a produção das informações (Traquina, 2004).

Na medida em que os cidadãos passaram a ter em mãos a possibilidade de também produzir informações, capturar e transmitir acontecimentos em tempo real e decidir que tipo de conteúdo acessar, colocou-se em causa o que ainda poderia diferenciar o papel do jornalismo frente a todos os outros agentes produtores de informação. Essa é uma questão que incide sobre a atribuição de valor ao produto jornalístico, uma vez que abre margem para que as pessoas tomem como aceitável que, se qualquer um pode produzir e compartilhar conteúdos, não há justificativa para que seja necessário pagar pela informação.

Há ainda outro ponto que diz respeito à atribuição de valor desde a perspectiva da credibilidade da informação, no sentido de que se tornam opacos os motivos pelos quais um conteúdo produzido e veiculado por um meio de comunicação jornalístico deve ser considerado (e por isso valorado) como mais confiável do que um conteúdo produzido e compartilhado por cidadãos amadores. Ainda que possam ser movidos por um instinto informativo, os cidadãos não têm a atividade jornalística como compromisso profissional e tampouco partilham de regras editoriais ou códigos deontológicos.

É nesse cenário que Anderson, Bell e Shirky (2013) defendem que a crise enfrentada pelo jornalismo possui caráter estrutural e não apenas conjuntural. Para os autores, as instituições jornalísticas foram impactadas por uma dupla perda: financeira e de reputação. O valor de marca das empresas de jornalismo, assim, também foi afetado: a identidade construída no século passado, a partir do afastamento do jornalismo do discurso político panfletário, de que as instituições jornalísticas atuavam como “guardiãs da democracia” (p. 59) foi colocada em causa.

Todas essas instabilidades colocaram na ordem do dia dos jornalistas e dos meios de comunicação a necessidade de compreenderem as mudanças e redefinirem as estratégias diante no novo ecossistema midiático. Buscar novos modelos de negócios visando a sustentabilidade econômica e reposicionar o jornalismo como uma atividade imprescindível para a sociedade se tornaram vitais para o jornalismo desse começo de século XXI. Nesse sentido, a necessidade de inovação, tanto no âmbito organizacional quanto no âmbito de produtos, adquiriu um papel central (Nunes, 2020). Assim, “o fenômeno da inovação é, então, um elemento com potencial para pensar as transformações da atividade jornalística, das organizações e da profissão em um cenário de intensificação dos impactos das tecnologias digitais” (Franciscato, 2018, p. 44).

De acordo com Salaverría (2015), esse sentido de inovação demanda um aprofundamento no domínio das tecnologias, de modo a tornar possível empregá-las de forma criativa e eficiente nos processos de apuração e produção das informações. Trata-se de compreender as novas tecnologias como intrínsecas à atividade e não apenas como simples ferramentas auxiliares do trabalho (Nunes, 2020). Além disso, passou a ser necessário compreender que “para o

cumprimento dos objetivos e valores jornalísticos em um cenário de fragmentação de audiência, é preciso dar mais atenção à questão da estratégia para chegar nestes públicos” (Nunes, 2020, p. 71). Dessa forma, refinar os parâmetros de seleção e de hierarquização das informações, bem como avançar na capacidade de interpretação dos fatos, também passou a ser uma demanda, uma vez que num contexto de abundância informacional, o problema não é ter contato com os conteúdos, mas sim conseguir identificar o que é de fato relevante (Salaverría, 2015).

De um cenário de incertezas, tensões e crises, emergiram novas demandas para o campo do jornalismo. Os efeitos das transformações sociais ocorridas nos últimos anos e a velocidade com que novas tecnologias são desenvolvidas e tornadas acessíveis estabelecem desafios para que profissionais e empresas consigam assimilar e definir estratégias para operar nesse contexto. Se no princípio da digitalização das redações os jornalistas precisaram desenvolver habilidades para utilizar computadores e a Internet no processo de produção noticiosa, atualmente a realidade é bem mais avançada, com a consolidação de dispositivos móveis para a produção e para o consumo de informações, com uma vasta gama de *softwares* capazes de processar uma grande quantidade de dados e de automatizar processos – inclusive no que tange a produção de textos e conteúdos gráficos.

Embora não sozinhas, as tecnologias impactaram os meios de comunicação a ponto de balançarem as estruturas daquilo que era entendido como a indústria da informação, ocorrendo uma desestabilização do modelo de negócio tradicional, baseado em publicidade e venda de notícias. Isso incidiu sobre a sustentabilidade econômica das empresas, com reflexo no enxugamento de redações, nas condições de trabalho dos jornalistas e na qualidade dos produtos informativos.

Mas se essa dimensão é um fato, também são essas próprias tecnologias, aliadas à capacidade criativa e de gestão dos meios de comunicação e dos profissionais que os constituem, que podem contribuir para pensar saídas que possibilitem saúde financeira e resgate da credibilidade do jornalismo. Isso porque as tecnologias podem otimizar os processos produtivos, reduzir custos e compensar déficits de recursos humanos. Das mais diversificadas tecnologias disponíveis atualmente, as baseadas em Inteligência Artificial apresentam-se para as mais variadas áreas da sociedade e também para o jornalismo.

A partir de um estudo realizado por Túñes-Lopez, Feiras Ceide e Vaz-Álvarez (2021), é possível perceber que recursos de inteligência artificial já estão sendo empregados em todas as fases da rotina jornalística, desde a “[...] coleta e análise de informações e dados, sistemas de reconhecimento de texto, imagem e voz em arquivos; geração de notícias em múltiplos formatos e multimídia; rotulagem; distribuição e análise de padrões de consumo”⁵ (p. 185). Nesse sentido, os autores observam que as implicações dessas tecnologias incidem tanto nas empresas

⁵ Na versão em espanhol “[...] recogida y análisis de información y de datos, sistemas de reconocimiento texto, imagen y voz en archivos; generación de noticias en multisoporte y multimedia; etiquetado; distribución y análisis de consumos” Tradução livre.

jornalísticas quanto nos conteúdos produzidos e no perfil dos profissionais. Para Canavilhas e Gonçalves (2023), apesar de a automatização da produção noticiosa já ocorrer há anos, a intensificação da utilização desse tipo de tecnologia no jornalismo tem relação com “uma tentativa de resposta à crise que levou ao despedimento de milhares de jornalistas, procurando-se formas de aumentar a cadência informativa com menos recursos humanos” (p. 8).

Mas assim como ocorreu em outros momentos, a emergência da inteligência artificial também abre debates sobre as implicações e os riscos que podem representar para o jornalismo, principalmente em relação à substituição de força de trabalho humana e também sobre as fronteiras éticas do seu uso. Compreender as vantagens que esse tipo de tecnologia pode oferecer ao jornalismo e, na mesma medida, discutir quais são os riscos e desafios implicados é imprescindível para tornar viável que o jornalismo seja capaz de tirar o melhor proveito do que está hoje à disposição. É com essa perspectiva que se desenvolve a discussão do próximo capítulo.

2. Inteligência artificial e jornalismo: histórico, desafios e implicações

Neste capítulo, é proposta uma discussão sobre o desenvolvimento de tecnologias baseadas em inteligência artificial (IA) e no processo de incorporação destas nas rotinas jornalísticas. A primeira seção aborda os principais marcos que, nos últimos anos, impulsionaram o debate público sobre o assunto e aproximaram esse tipo de tecnologia da sociedade em geral. A segunda seção discute a conceituação de IA e aborda os principais modelos utilizados atualmente. Na terceira seção, é apresentada uma perspectiva histórica do uso desse tipo de tecnologia pelo jornalismo, retomando o princípio da automatização dos processos jornalísticos. Por fim, a última seção deste capítulo é dedicada à discussão dos aspectos que, atualmente, emergem como pontos de preocupação por parte do campo jornalístico em relação ao uso de IA, sobretudo relacionados às questões que envolvem a transparência tanto no desenvolvimento dos algoritmos quanto nos dados utilizados e gerados por meio de IA.

2.1 Popularização da IA

Nos últimos anos, amplificaram-se as discussões sobre as tecnologias baseadas em inteligência artificial (IA) e sobre a forma como os diferentes setores da sociedade têm se apropriado delas. Nas mais variadas áreas de conhecimento, da educação à medicina, das ciências jurídicas ao jornalismo, o tema tem gerado debates principalmente em relação às potencialidades e aos riscos que tais sistemas podem representar. O ano de 2022 marcou uma mudança na qualidade do debate discussões, que deixou de ser restrito aos nichos de experts especializados em informática para ser abordado por pessoas comuns, cujo conhecimento se limita à experiência enquanto usuárias das tecnologias disponíveis.

Em novembro de 2022, a empresa OpenAI abriu ao público, de forma gratuita, a versão 3.5 do *chatbot* ChatGPT (há ainda a versão 4, de acesso pago, e o GPT-4o). De forma simplificada, com um rápido cadastro na plataforma, qualquer pessoa pode ter acesso ao *chatbot*, fazer perguntas sobre qualquer assunto e obter respostas geradas por inteligência artificial. A iniciativa da companhia norte-americana conferiu uma dimensão palpável a essa tecnologia, na medida em que a tornou acessível, tanto do ponto de vista econômico quanto do ponto de vista do conhecimento necessário para a utilização. Não é necessário entender o funcionamento de um algoritmo ou saber desenvolver códigos de programação: ao inserir uma pergunta ou comando na plataforma, o usuário acompanha, em tempo real, o trabalho da ferramenta para gerar uma resposta de forma rápida e com coerência textual.

De acordo com as informações disponibilizadas no site oficial da OpenAI, o ChatGPT é um modelo desenvolvido e treinado para interagir de forma convencional com o usuário e, além de responder a perguntas, é capaz de reconhecer erros, contestar premissas incorretas e rejeitar solicitações inadequadas. A empresa informa que a versão 3.5 do ChatGPT tem conhecimento

limitado sobre acontecimentos registrados após janeiro de 2022 – data da última atualização do *chatbot* –, e alerta que, eventualmente, pode gerar informações incorretas e conteúdos tendenciosos ou prejudiciais.

Segundo a empresa, a abertura do ChatGPT para acesso livre dos usuários, faz parte das pesquisas para aperfeiçoar a tecnologia e mitigar erros, sobretudo porque o modelo funciona através do método de aprendizagem por reforço a partir do feedback humano (RLHF, na sigla em inglês). É relevante destacar, no entanto, que o ChatGPT não é a primeira, nem tampouco a única, ferramenta de IA que está sendo desenvolvida e utilizada, seja pela população em geral ou pelo setor jornalístico. Há vários anos, a IA já está presente em sites, aplicativos de dispositivos móveis, motores de busca, sistemas de reconhecimento de imagem, som e processamento de dados (Furtado, 2022).

Na perspectiva do pesquisador Nic Newman (2023), o lançamento dessa ferramenta conferiu nova dimensão para o debate em relação à inteligência artificial porque, entre outros fatores, “sua velocidade e capacidades são inspiradoras e assustadoras ao mesmo tempo. Embora os modelos subjacentes já existam há algum tempo, o ChatGPT os transformou em um protótipo acessível que dá uma noção real de para onde a IA pode estar indo”⁶ (p. 35).

Tem sido possível observar uma intensificação na corrida pelo desenvolvimento e lançamento de iniciativas baseadas em inteligência artificial. Anterior ao ChatGPT, já havia sido lançado o Jasper AI, uma ferramenta de acesso pago e focada em produção de conteúdo com base em IA. Ferramentas como o Midjourney e DALL-E são capazes de gerar imagens a partir de uma descrição em formato de texto. Em março de 2023, a startup Anthropic lançou o Claude e a Google lançou o Bard, ambas ferramentas para competir com o produto lançado pela OpenAI. Em novembro deste mesmo ano, a plataforma de rede social X anunciou o lançamento do Grok, um *chatbot* treinado a partir das informações que os usuários publicam no X. O grupo Meta, proprietário das redes sociais *Facebook* e *Instagram*, lançou o Emu Video, Emu Edit e Llama.

Estes são alguns exemplos que evidenciam que as maiores empresas de tecnologia do mundo, como Microsoft, Google e Meta, para citar algumas, estão investindo seus recursos na área de inteligência artificial. O resultado é um cenário bastante dinâmico de inovações e disponibilização de novas ferramentas que, ao mesmo tempo, impressionam pela capacidade e também levantam questionamentos sobre os limites e ameaças iminentes.

2.2 Conceitos de IA e principais modelos

Apesar dos recentes lançamentos, é importante notar que as tecnologias de IA já são estudadas e desenvolvidas há muito tempo. O termo foi utilizado pela primeira vez ainda na década de 1950,

⁶ No original “Its speed and capabilities are inspiring and frightening at the same time. While the underlying models have been around for some time, ChatGPT has turned these into an accessible prototype that gives a real sense of where AI may be heading” (Tradução livre).

pelo professor da Universidade de Stanford John McCarthy, para descrever a ciência e a engenharia de máquinas inteligentes (Santos & Ceron, 2022).

Em termos de definição, a IA pode ser compreendida como um conjunto de “sistemas ou máquinas que mimetizam a inteligência humana para executar tarefas e que podem auto-melhorar interactivamente com base nas informações que recolhem” (Martinho, 2023, p. 15).

Broussard et al. (2019) indicam que “IA refere-se mais estritamente a um ramo da ciência da computação focado na simulação da inteligência humana, que recentemente tem estado especialmente envolvido no subcampo do aprendizado de máquina [...]”⁷ (p. 673).

Canavilhas e Giacomelli (2023) complementam o entendimento sinalizando que inteligência artificial trata de uma tecnologia “capaz de processar uma grande quantidade de dados [...] que pode aprender padrões, imitar o raciocínio e identificar caminhos para se converter em agente de conversação, escrita automatizada ou indicador de tendências”⁸ (p. 54).

Alguns autores indicam que o termo tem sido amplamente utilizado, mas que uma definição específica ainda é bastante vaga (Brennen, Howard & Nielsen, 2018). Beckett e Yaseen (2023) apontam, ainda, que inteligência artificial é um “termo guarda-chuva para referir uma ampla variedade de tecnologias relacionadas [...]”⁹, empregado, às vezes, para descrever processos que utilizam “tecnologias mais convencionais” que propriamente a IA. Entretanto, os autores compartilham de uma definição que vai no sentido de que “IA é um conjunto de ideias, tecnologias e técnicas relacionadas à capacidade de um sistema de computador realizar tarefas que normalmente requerem inteligência humana”¹⁰ (Beckett e Yaseen, 2023, p. 10).

De acordo com Santos e Ceron (2022), a IA é um campo de tecnologia composto por outros sete subcampos. Além do aprendizado de máquina e processamento de linguagem natural, os autores indicam ainda a visão computacional, o reconhecimento de voz, o planejamento, programação e otimização, os sistemas especialistas e a robótica. Em comum, esses processos têm como base os algoritmos e a necessidade de acesso a grandes conjuntos de dados para serem capazes de identificar padrões e produzir respostas (Prodigioso Volcán, 2023). Segundo Brennen, Howard e Nielsen (2018), “atualmente, a maioria dos sistemas de IA envolve aprendizado de máquina ou aprendizado profundo, tipos de algoritmos que podem reconhecer

⁷ No original “AI more narrowly refers to a branch of computer science focused on simulating human intelligence, one that recently has been especially engaged in the subfield of machine learning [...]” (Tradução livre).

⁸ No original “capaz de procesar una gran cantidad de datos [...] que puede aprender patrones, imitar el razonamiento e identificar caminos para convertirse en agente conversacional, escritura automatizada o indicador de tendencias” (Tradução livre).

⁹ Na versão em espanhol “un término paraguas para aludir a una amplia variedad de tecnologías relacionadas [...]” (Tradução livre).

¹⁰ Na versão em espanhol “La inteligencia artificial es un conjunto de ideas, tecnologías y técnicas relacionadas con la capacidad de un sistema informático para realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana” (Tradução livre).

padrões em conjuntos de dados com pouca direção humana e melhorar ao longo do tempo”¹¹ (p. 2).

O aprendizado de máquina (*machine learning*, no termo em inglês) consiste num processo em que “as próprias máquinas criam suas regras (algoritmos) e previsões com base nos dados fornecidos pelos humanos”¹² (Prodigioso Volcán, 2023, p. 18). Já o aprendizado profundo (*deep learning*, no termo em inglês) é um tipo de aprendizado de máquina mais complexo que permite que o computador seja capaz de reconhecer padrões abstratos (Santos & Ceron, 2022), porque é baseado

no que é conhecido como redes neurais, camadas e camadas de processamento de informações. Ao contrário do aprendizado de máquina, aqui são os sistemas, com pouca supervisão, que são capazes de aprender para melhorar por si mesmos à medida que adquirem experiência¹³. (Prodigioso Volcán, 2023, p. 20)

Uma forma de entender o funcionamento de uma IA baseada em aprendizado de máquina, e no que se diferencia de outros processos algorítmicos, é trazida por Prado (2022): “o exemplo da criação de perfis e os subsequentes agenciamentos por algoritmos de AM, que, ao monitorar as ações, modificam a si mesmos e filtram conteúdos para os perfilados” (p. 151). Quer dizer, portanto, que neste modelo, a partir de uma configuração inicial, o algoritmo é capaz de processar os dados que recolhe e se ajustar, sem exigir interferência humana adicional, para entregar o resultado mais adequado ao perfil do usuário. A resposta do algoritmo, nesse sentido, não é resultado somente de uma ordem pré-definida, mas também de uma assimilação do próprio algoritmo.

Outro subcampo da inteligência artificial que, em geral, utiliza o modelo de aprendizado de máquina, é o processamento de linguagem natural (PLN) (Beckett & Yaseen, 2023). Essa é uma das bases sobre a qual se desenvolvem as ferramentas citadas na seção anterior e, tendo em vista os objetivos da investigação aqui proposta, é relevante discutir o conceito. O PLN se refere à capacidade de o computador compreender a linguagem natural do ser humano¹⁴. Segundo Kavlakoglu (2020, s/p), o PLN “utiliza métodos de diversas disciplinas, como ciência da

¹¹ No original “Today, most AI systems involve machine or deep learning, types of algorithms that can both recognise patterns in data sets with little human direction and improve over time” (Tradução livre).

¹² No original “las propias máquinas las que crean sus reglas (algoritmos) y predicciones basándose en los datos que les suministran los humanos” (Tradução livre).

¹³ No original “en lo que se conocen como redes neuronales, capas y capas de procesamiento de información. A diferencia del aprendizaje automático, aquí son los sistemas, sin apenas supervisión, los que son capaces de aprender para mejorar por sí mismos conforme adquieren experiencia” (Tradução livre).

¹⁴ <https://becominghuman.ai/a-simple-introduction-to-natural-language-processing-ea66a1747b32>

computação, inteligência artificial, linguística e ciências de dados, para permitir que computadores compreendam a linguagem humana em forma escrita e verbal”¹⁵.

Ferramentas como o Google Tradutor, Alexa, Siri e Microsoft Word utilizam o modelo de PLN para gerar resultados¹⁶. Fazem ainda parte do PLN, a geração de linguagem natural (NLG, na sigla em inglês) e a compreensão de linguagem natural (NLU, na sigla em inglês) (Santos & Ceron, 2022; Kavlakoglu, 2020). Na NLG, o que está em causa é a capacidade que a máquina adquire de escrever um texto com uma linguagem humana, enquanto a NLU diz respeito à capacidade de a máquina compreender um texto escrito ou falado por um humano, a nível de sintaxe e semântica para, dessa forma, conseguir entender o contexto do que foi dito (Kavlakoglu, 2020).

A linguagem humana é naturalmente complexa e atravessada por fatores como utilização de linguagem informal, diferentes sentidos para uma mesma palavra, ironias, sarcasmos, contextos culturais e sociais, além de diferentes idiomas. Essas características podem tornar o trabalho de desenvolvimento do PLN difícil e, inclusive, desigual ao redor do mundo, tendo em vista que as tecnologias de IA são desenvolvidas e treinadas, majoritariamente, com base na língua inglesa (LEDU, 2018).

O crescente aprimoramento das tecnologias de IA, e a forma como cada vez mais os conteúdos gerados por elas se aproximam da linguagem humana, favorecem que seja atribuída às máquinas uma ideia de que são capazes de pensar por si próprias ou de desenvolverem consciência (Broussard et al., 2019). Isso, porém, pode ser um equívoco porque “os componentes que ditam uma máquina de IA são decisões tomadas por um ser humano: que tipo de dado foi usado para treinar a máquina, como esses dados foram usados e definidos, a qual entrada um sistema presta a atenção” (Prado, 2022, p. 53).

Em uma entrevista concedida ao laboratório de pesquisa Digilabour, o pesquisador Nicholas Diakopoulos, da Universidade Northwestern, destacou que, atualmente, “os softwares e algoritmos passaram a governar e influenciar aspectos importantes de nossas vidas, incluindo tudo, desde personalização de mecanismos de pesquisa e sistemas de publicidade até avaliação de professores, bancos e finanças, campanhas políticas e vigilância policial” (2019, s/p).

Diariamente, são noticiadas iniciativas das mais diferentes áreas que passaram a empregar tecnologias de IA em seus processos. Os exemplos são variados e abundantes e o destaque de alguns contribui para dimensionar a questão: em novembro de 2023, a Federação Internacional de Automobilismo (FIA) anunciou o início de testes para utilizar uma ferramenta de IA, baseada em visão computacional, nas corridas de Fórmula 1 para monitorar o respeito aos limites de

¹⁵ No original “uses methods from various disciplines, such as computer science, artificial intelligence, linguistics, and data science, to enable computers to understand human language in both written and verbal forms” (Tradução livre).

¹⁶ <https://becominghuman.ai/a-simple-introduction-to-natural-language-processing-ea66a1747b32>

pista¹⁷; também no mês de novembro de 2023, durante o processo eleitoral para eleger o presidente da Argentina, o candidato Sergio Massa utilizou tecnologia de inteligência artificial para gerar imagens de um vídeo para a sua campanha política¹⁸; em agosto de 2023, a revista The Lancet Oncology divulgou o resultado de um estudo que indicou a eficiência do uso de IA para a detecção de câncer de mama¹⁹; em novembro de 2023, o Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, no Brasil, anunciou o início dos testes de um software de IA para acelerar a tramitação de processos judiciais²⁰.

Também no campo do jornalismo, a incorporação de inteligência artificial tem acelerado. Tuñes-Lopéz, Toural-Bran e Nogueira (2019) identificam que a produção automática de textos jornalísticos, ainda que de modo experimental, já existe há muito mais tempo: “há pelo menos meio século, as informações meteorológicas e que, nos finais do século XX, alguns temas de Economia e Desporto já testavam este modo de produção” (p. 108). No entanto, foi a partir do ano de 2010 que o uso de IA nos processos jornalísticos deixou de ser apenas experimental e se intensificou, tendo como marco a fundação da Narrative Science, nos Estados Unidos (Canavilhas, 2023). A perspectiva histórica e os aspectos que envolvem o uso de tecnologia de IA pelo jornalismo serão desenvolvidos na seção a seguir.

2.3 Uso de IA nos processos jornalísticos

Como discutido no primeiro capítulo, ao longo dos anos as práticas jornalísticas se modificaram na medida em que novas tecnologias se desenvolveram. Transformações nas formas de consumo das informações, além de desafios em relação aos modelos de negócios emergiram daí. O desenvolvimento da Internet e a sua consolidação como uma tecnologia acessível levaram ao que Squirra e Carreira (2018) identificam como a plena tecnologização no fazer jornalístico e provocou

[...] uma inimaginável automatização nos processos da produção e disseminação da informação, desde o levantamento, organização e seleção de dados, sua estocagem e distribuição, mas sobretudo a própria elaboração dos relatos, uma vez que recentemente foram inseridos recursos automatizados para a redação de notícias. (p. 135)

A referida automatização dos processos jornalísticos se relaciona também com o cenário de crise econômica, necessidade de redução de custos e a demanda para que os meios de comunicação produzissem informações cada vez mais rápido e em maior quantidade (Graefe, 2016). Nesse

¹⁷ <https://epocanegocios.globo.com/inteligencia-artificial/noticia/2023/11/formula-1-vai-usar-ia-para-identificar-quando-um-carro-sair-dos-limites-da-pista.ghtml>

¹⁸ <https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2023/11/14/campanha-presidencial-na-argentina-usa-ia-em-grande-escala.ghtml>

¹⁹ <https://cnnportugal.iol.pt/cancro/cancro-da-mama/inteligencia-artificial-foi-tao-eficaz-quanto-dois-radiologistas-a-analisar-mamografias-revela-estudo/20230802/64ca8ebad34e72171a0bca9a>

²⁰ <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2023/11/30/inteligencia-artificial-comeca-a-ser-testada-pela-justica-do-rs.ghtml>

sentido, as ferramentas baseadas em inteligência artificial passaram a ser incorporadas tendo em vista o potencial para processar grandes volumes de dados e gerar, na mesma medida, grandes volumes de notícias (Barbizan, 2021).

Além disso, de acordo com Dörr (2015), o avanço na incorporação de IA no campo do jornalismo tem ocorrido através de uma relação entre a busca por maior competitividade financeira, a necessidade de retomar um sentido de autoridade e reputação perante os leitores e o aperfeiçoamento constante do campo da geração de linguagem natural.

Entre as mais variadas possibilidades de utilização de algoritmos no jornalismo, Squirra e Carreira (2018) mencionam que

podem ser empregados na análise de determinados ambientes, como redes sociais, como aconteceu em 2011, quando a equipe do britânico The Guardian usou algoritmos descritivos para identificar, no Twitter, como os tumultos nas manifestações de Tottenham se espalhariam. Alguns algoritmos também podem cumprir a tarefa de identificar anomalias ou valores “fora da curva” e programas com este objetivo são usados no jornalismo investigativo, que atua como uma espécie de fiscal de outros poderes, função também conhecida no meio jornalístico como “cão de guarda”. Certos algoritmos podem ser projetados para analisar a Deep Web, uma gigantesca área da internet, invisível aos mecanismos de busca tradicionais e que é bem maior que a web visível. (p. 140)

Os sistemas de inteligência artificial passaram a fazer parte do ambiente jornalístico, de fato, a partir do ano de 2010, inicialmente nos Estados Unidos, mas, a partir de 2014, se disseminaram para outras regiões do mundo (Canavilhas, 2023). Como marco desse processo, está a atuação das empresas Narrative Science e Automated Insights que, segundo Graefe (2016), foram pioneiras no fornecimento de tecnologia de geração de linguagem natural em solo norte-americano. No começo, os algoritmos desenvolvidos por estas empresas foram treinados para escrever automaticamente conteúdos relacionados com a área esportiva e, em seguida, a cobertura jornalística sobre setores como o financeiro e o imobiliário. Vicente e Flores (2021) explicam que isso se deve ao fato de essas áreas já possuírem grandes bases de dados estruturados que “facilitam a aplicação de ferramentas automatizadas de extração e análise, bem como a geração de notícias cujas estruturas narrativas são previamente definidas” (p. 180).

Duas das iniciativas que marcaram o avanço da automatização no jornalismo ocorreram no jornal Los Angeles Times: em 2011, esta publicação passou a utilizar um algoritmo capaz de capturar dados da polícia sobre homicídios e crimes para gerar notícias automatizadas e geolocalizadas para serem publicadas no blog Homicide Report; no mesmo ano, o jornal

começou a utilizar um sistema chamado Quakebot, desenvolvido para recolher dados do Serviço Geológico dos Estados Unidos para produzir notícias sobre a ocorrência de terremotos. O sistema ganhou maior destaque em 2013, quando o Los Angeles Times foi o primeiro meio de comunicação social do país a noticiar a ocorrência de um terremoto na Califórnia, apenas três minutos após o registro do evento geológico.

Apesar deste sucesso, o Quakebot também é conhecido por ter gerado e publicado notícias sobre terremotos que não ocorreram, em maio de 2015. Nesse caso, o que houve foi um erro na captação dos sensores do Serviço Geológico e, conseqüentemente, na geração dos dados aos quais o sistema do Los Angeles Times tinha acesso. Além de evidenciar o limite quanto a fiabilidade dos dados, a situação também tornou visível que houve uma falha na checagem e na revisão humana do conteúdo produzido automaticamente (Graefe, 2016).

O desenvolvimento de softwares para automatizar processos jornalísticos depende da definição de regras que vão determinar o funcionamento do algoritmo e, geralmente, é resultado de uma construção conjunta entre jornalistas, programadores e linguistas. O que resulta disso pode variar

desde códigos simples que extraem números de um banco de dados, que são utilizados para preencher lacunas em histórias pré-escritas por meio de modelos, até abordagens mais sofisticadas que analisam dados para obter insights adicionais e criar narrativas mais cativantes. Estes últimos dependem de análise de big data e tecnologia de geração de linguagem natural [...] ²¹. (Graefe, 2016, p. 17)

Atualmente o uso de inteligência artificial está presente em todas as etapas da produção jornalística, desde a recolha de informações, à produção de conteúdos e à distribuição de notícias. Um estudo conduzido pelos pesquisadores Charlie Beckett e Mira Yaseen, da London School of Economics and Political Science, realizado entre os meses de abril e julho de 2023, abrangeu 105 meios e organizações jornalísticas, em 46 países do globo. Com o objetivo de compreender qual é o nível atual de incorporação da inteligência artificial pelo jornalismo, um dos principais resultados obtidos é de que mais de 75% dos participantes da pesquisa sinalizaram que já utilizam esse tipo de tecnologia em pelo menos uma dessas etapas.

A pesquisa apontou que na etapa de recolha de informação, a IA está sendo utilizada principalmente para transcrições, extração de textos a partir de imagens e estruturação de dados. Na etapa de produção de notícias, o informe identificou que as redações, além de utilizarem como auxiliar para escrever códigos e fazer correções ortográficas, também

²¹ No original “from simple code that extracts numbers from a database, which are then used to fill in the blanks in pre-written template stories, to more sophisticated approaches that analyze data to gain additional insight and create more compelling narratives. The latter rely on big data analytics and natural language generation technology [...]” (Tradução livre).

estão experimentando e utilizando tecnologias de IA generativa como o ChatGPT em tarefas de produção de conteúdos, que incluem a elaboração de resumos, títulos, storytelling, ou narrativas visuais e boletins informativos específicos, assim como na avaliação de diferentes fontes de dados²². (Beckett & Yaseen, 2023, p. 18)

No processo de distribuição de notícias, por sua vez, ferramentas de IA estão sendo empregadas no sentido de personalizar a entrega de acordo com o perfil dos públicos, adequar os conteúdos a outros formatos (por exemplo, disponibilizar um texto também em formato de áudio), programar e distribuir conteúdos em redes sociais e aperfeiçoar a visibilidade dos conteúdos a partir das ferramentas de busca.

Alguns exemplos ajudam a entender como os sistemas baseados em inteligência artificial têm sido utilizados pelo jornalismo. No Brasil, a agência Aos Fatos desenvolveu um *chatbot* que monitora informações que circulam no X e, a partir disso, é capaz de enviar links com conteúdos verificados através de sua base de dados (Essenfelder & Sant’Anna, 2022). No Peru, o algoritmo *Funes* foi desenvolvido para acessar dados públicos sobre contratos governamentais, com o objetivo de buscar indícios de corrupção (Furtado, 2022). Em Portugal, desde o ano de 2019, a Agência Lusa utiliza recursos de IA para produzir conteúdos sobre a abertura e o fechamento da bolsa de valores de Lisboa. A mesma organização desenvolve o projeto *Contra Fake*, que utiliza IA para identificar desinformação.

Recentemente, o jornal brasileiro Estadão lançou a *Leia*, anunciada como uma IA desenvolvida para operar como assistente de leitura e guia das informações já publicadas pelo veículo. De acordo com o divulgado pelo jornal²³, a ferramenta foi construída com a tecnologia usada no ChatGPT (IA generativa) e permite aos leitores fazerem perguntas e receberem respostas sobre temas que fazem parte da cobertura do Estadão. A base de dados da *Leia* é restrita aos arquivos de conteúdos do jornal e não se expande a toda a informação disponível na Internet. Além disso, a ferramenta foi desenvolvida para indicar as fontes das suas respostas e a origem das informações, algo que não ocorre, por exemplo, na versão 3.5 do ChatGPT.

Diante da crescente implementação de práticas automatizadas nas redações, diversos estudiosos do campo jornalístico têm dedicado esforços para a conceituação desse fenômeno. De acordo com um levantamento feito por Carreira (2017), termos como “jornalismo automatizado”, “jornalismo algorítmico”, “jornalismo robótico” e “jornalismo computacional” têm sido utilizados para definir essa nova forma de fazer jornalismo.

²² Na versão em espanhol “están experimentando y utilizando tecnologías de IA generativa como ChatGPT en tareas de producción de contenidos, que incluyen la elaboración de resúmenes, titulares, storytelling o narrativas visuales y boletines informativos específicos, así como en la evaluación de distintas fuentes de datos” (Tradução livre).

²³ Informações disponíveis em <https://www.estadao.com.br/link/cultura-digital/conheca-a-leia-a-ferramenta-de-inteligencia-artificial-do-estadao/>

Carlson (2019) define o jornalismo automatizado como “processos algorítmicos que convertem dados em textos narrativos de notícias com intervenção humana limitada ou nenhuma além da programação inicial”²⁴ (p. 417). Para Lewis, Guzman e Schmidt (2019), “refere-se principalmente a processos habilitados por IA que incluem a disponibilidade de dados estruturados e algoritmos capazes de fazer inferências”²⁵ (p. 414).

Jornalismo algorítmico é considerado por Dörr (2016) como o “fenômeno de criação de conteúdo automatizado por algoritmos e a sua aplicação e uso no jornalismo [...]”²⁶ (p. 404). Por sua vez, Latar (2018) se refere a jornalismo robótico para explicar a situação em que os algoritmos são “[...] empregados em todas as etapas do trabalho jornalístico, desde a recolha de informações, através da busca de insights ocultos, até a conversão automática desses insights em narrativas jornalísticas, sem envolvimento humano”²⁷ (p. 30). Lindén (2018) utiliza o termo jornalismo computacional a partir do entendimento de que, no processo de automatização, “os robôs produtores de notícias são programas de computador que contêm algoritmos que detalham instruções específicas, em uma ordem determinada, que um computador deve seguir, de forma a simular, como resultado final, o jornalismo” (p. 8).

Túñez López, Nogueira e Toural (2019) avaliam que as mudanças que estão ocorrendo no jornalismo a partir da crescente inserção de IA nas rotinas jornalísticas, sobretudo no que diz respeito à viabilidade da geração de textos coerentes e que seguem a estrutura tradicional de uma notícia, sem a necessidade de intervenção humana, podem significar um ponto de viragem para o jornalismo. Isso porque “essa automatização está a criar osmose com fases do processo que não tinham ainda sido afetadas. Estamos, por isso, na passagem do algoritmo analítico para o redatorial [...]” (p. 110).

Este cenário levanta apreensões quanto ao impacto que a IA pode representar tanto para os profissionais quanto para a própria concepção de jornalismo. Uma das margens de discussão tem a ver com uma ideia de robotização de uma atividade que, desde a sua origem, sempre esteve associada a componentes humanos (Túñez López, Nogueira & Toural, 2019). No entanto, Furtado e D’Andréa (2017) chamam a atenção para o fato de que o processo de automatização do jornalismo é

[...] resultado da ação de híbridos, de uma composição de forças entre diversos actantes onde um “programa de ação” é estabelecido para a publicação automatizada de notícias em que parte das ações é delegada pelos humanos para os softwares NLG. Neste

²⁴ No original “as algorithmic processes that convert data into narrative news texts with limited to no human intervention beyond the initial programming” (Tradução livre).

²⁵ No original “refers to AI-enabled processes that include the availability of structured data and algorithms capable of drawing inferences” (Tradução livre).

²⁶ No original “phenomenon of automated algorithmic content creation and its application and use in journalism [...]” (Tradução livre).

²⁷ No original “[...] employed for all the stages of journalistic work from information retrieval, through a search for hidden insights, and the automatic conversion of these insights into journalistic narratives, without human involvement” (Tradução livre).

contexto, não há nenhum sentido imaginar uma situação onde os softwares NLG atuam de maneira isolada, autônoma e independente da ação humana de profissionais que atuam nas redações jornalísticas. O uso de sistemas de produção automatizada de notícias só se viabiliza se inserido em um contexto social mais amplo onde se estabelecem relações de interdependência entre jornalistas e profissionais de outras áreas afins com as tecnologias que os cercam. (p. 9)

Por um lado, as discussões sobre a automatização do jornalismo evidenciam algumas vantagens, como o aumento quantitativo na produção de conteúdo informativo, ou como alternativa à falta de recursos financeiros dos meios de comunicação para investirem na contratação de recursos humanos (Canavilhas, 2023). Por outro lado, emergem debates sobre riscos de aumento do desemprego de jornalistas, além de preocupações do ponto de vista ético que se relacionam com questões como viés algorítmico, transparência, origem de dados, privacidade e responsabilidade sobre a autoria dos conteúdos produzidos (Ali & Hassoun, 2019). Os objetivos desta investigação integram-se justamente neste sentido e, por isso, passam a ser discutidos a seguir os pontos sensíveis em relação, especificamente, ao âmbito ético.

2.4 Preocupações do campo jornalístico sobre IA

Em abril de 2023, a revista alemã Die Aktuelle foi para as bancas estampando, como foto de capa, a imagem de Michael Schumacher e a chamada para uma entrevista com o ex-piloto de Fórmula 1. Como é de conhecimento público, Schumacher sofreu um acidente enquanto esquiava, em 2013, e desde então não houve mais aparições públicas nem detalhes do seu estado de saúde. A entrevista da revista alemã poderia ter repercutido pelo conteúdo exclusivo, mas o motivo pelo qual correu o mundo foi porque o trabalho nunca existiu, tendo sido integralmente gerado por meio de uma ferramenta de IA, informação colocada apenas no final do texto²⁸.

Neste caso da revista alemã, é evidente o mau uso da inteligência artificial e a violação de diretrizes fundamentais da atividade jornalística, como o compromisso com a verdade e a exatidão. Porém, há outros pontos sensíveis desta tecnologia associada ao jornalismo que são menos visíveis, ou que não derivam de ação deliberadamente editorial/jornalística. Dizem respeito, sobretudo, à origem das bases de dados que alimentam os algoritmos e aos códigos empregados para o desenvolvimento dos sistemas de IA.

O ponto de partida para a NLG é um banco de dados, por exemplo, dados esportivos, financeiros, meteorológicos ou de tráfego. Esses dados podem ser acessados via nuvem ou memória local. Em seguida, os dados são processados de acordo com regras

²⁸ <https://www.dn.pt/desporto/farsa-e-escandalo-mundial-revista-publica-entrevista-com-schumacher-feita-por-inteligencia-artificial-16205605.html>

linguísticas e estatísticas pré-definidas para gerar um texto em linguagem natural [...]. Como o resultado em forma de um texto, por exemplo, o resumo do último jogo de futebol, precisa ser pré-definido no código, o processo de geração – a verdadeira “escrita” –, bem como a maior parte do processo de publicação (saída) é quase completamente automatizado, sem interferência humana [...]”²⁹. (Dörr & Hollnbuchner, 2017, p. 411)

Os autores argumentam que, nessa lógica de funcionamento, o sistema pode usar diversas fontes disponíveis na Internet para buscar informações. Nesse processo, além de existir o risco de erro nos dados disponibilizados, nem sempre é possível ter a garantia sobre a confiabilidade das fontes de informação e sobre a checagem dos fatos. Diakopoulos (2015) argumenta que, além de os algoritmos não estarem livres de cometerem erros, também podem reproduzir preconceitos, principalmente porque “há uma série de influências humanas incorporadas aos algoritmos, como escolhas de critérios, dados de treinamento, semântica e interpretação”³⁰ (p. 402).

São questões que nem sempre estão visíveis e, nesse sentido, “a opacidade de algoritmos tecnicamente complexos operando em larga escala faz com que seja difícil escrutiná-los, levando a uma falta de clareza para o público em termos de como exercem seu poder e influência”³¹ (Diakopoulos, 2015, p. 398).

Num estudo já referido neste trabalho (Beckett & Yaseen, 2023), mais de 60% dos profissionais de jornalismo entrevistados mencionaram que as consequências do ponto de vista ético são uma preocupação. A questão do viés algorítmico aparece como um temor porque é visto como um fator que pode acabar por enviesar a cobertura jornalística e reproduzir preconceitos contra grupos historicamente marginalizados na sociedade. Há insegurança também em relação a como, por quem e com que objetivos os sistemas de IA são desenvolvidos, e emergem dúvidas sobre quando e como informar as audiências sobre a utilização de IA na produção jornalística. Sobre esse último aspecto, Beckett e Yassen (2023) ressaltam que ainda “não está claro onde se

²⁹ No original “The starting point for NLG is a database, for example sports, financial, weather, or traffic data. This data can be accessed via cloud or local memory. Then, it is processed according to predefined linguistic and statistical rules to a text in natural language [...]. Because the result in the form of a text, e.g. the latest match summary of a football game, has to be pre-set in the code, the generation process — the actual “writing” — as well as most of the publication process (output) is almost completely automated without human interference [...]” (Tradução livre).

³⁰ No original “there are a number of human influences embedded into algorithms, such as criteria choices, training data, semantics, and interpretation” (Tradução livre).

³¹ No original “The opacity of technically complex algorithms operating at scale make them difficult to scrutinize, leading to a lack of clarity for the public in terms of how they exercise their power and influence” (Tradução livre).

traça a linha entre um processo de produção assistido por IA que deve ser tornado público e um que não”³² (p. 42).

Uma investigação conduzida por Patrícia Ventura Pocino (2021), realizada com meios de comunicação da Catalunha, na Espanha, menciona dois casos que são úteis para perceber como a geração automatizada de conteúdos é vulnerável a erros. No primeiro caso, um meio de comunicação catalão utilizou transcrições automatizadas para gerar um tipo de infografia em forma de nuvem de palavras. Entretanto, “este sistema de transcrição cometia erros: ao criar a infografia, a representação do volume de palavras não era precisa porque a transcrição prévia também não havia sido”³³ (p. 20). No segundo caso, registrado no mesmo meio de comunicação, o sistema utilizado para geração automática de textos apresentou resultados com enviesamento de gênero, atribuindo ao gênero masculino cargos que eram citados no gênero feminino. Em ambas as situações, os limites dos sistemas de IA foram detectados a partir da supervisão humana e os processos foram revistos.

Além disso, a forma desigual com que as tecnologias de IA estão sendo desenvolvidas e incorporadas, resultado de uma desigualdade econômica entre países, é outro ponto sensível. Beckett e Yassen (2023) alertam para o fato de que os ganhos sociais e econômicos do uso de IA estão, até o momento, concentrados nos países que compõem o chamado Norte Global – ou seja, os países que detém maior poder financeiro, com destaque para os Estados Unidos, a Inglaterra e os integrantes da União Europeia. Em contrapartida, países da América Latina e da África possuem uma capacidade bem mais limitada de investimento tanto em pesquisas quanto em desenvolvimento desse tipo de tecnologia, uma perspectiva corroborada por Broussard (2019) quando afirma que “[...] os recursos digitais – e o poder – nos meios de comunicação estão distribuídos de forma tão desigual quanto em qualquer outro lugar”³⁴ (p. 678).

Lassi (2022) observa que a corrida tecnológica tem sido dominada por grandes empresas como a Google News Initiative e a Microsoft Cognitive Services, que além de serem elas próprias a oferecerem treinamentos e incentivos financeiros aos meios de comunicação, também são as que financiam relatórios e pesquisas sobre o uso de IA no jornalismo. Lindén (2018) ressalta que

Sejam publishers, anunciantes, produtores de dados, governos ou usuários, todos possuem seus próprios interesses na economia política dos sistemas de algoritmos.

Ademais, a inteligência artificial tende a concentrar o poder nas mãos de poucos, como

³² Na versão em espanhol “no está claro dónde se traza la línea entre un proceso de producción asistido por IA que requiere hacerlo público y uno que no” (Tradução livre).

³³ No original “Este sistema de transcripción cometía errores: al crear la infografía, la representación del volumen de palabras no era precisa porque la transcripción previa tampoco lo había sido” (Tradução livre).

³⁴ No original “[...] Digital resources — and power — in media are just as unevenly distributed as resources anywhere else” (Tradução livre).

já pudemos perceber por meio de exemplos como Google, Facebook e Twitter. (pp. 21-22)

Para além das questões econômicas, no centro do debate sobre a incorporação de IA no jornalismo se destacam preocupações sobre “como os sistemas coletam dados para criar histórias ou, o ponto principal, sobre como um algoritmo decide qual história será entregue ao usuário através da sua linha do tempo” (Pase e Pellanda, 2019, p. 191). Estas preocupações ganham ainda mais importância à medida que os sistemas de IA passam a ser usados para tratar assuntos mais complexos, e Graefe (2016) aponta que o rigor, a qualidade dos conteúdos e a transparência dos dados se tornam imprescindíveis. O autor considera que é responsabilidade das organizações jornalísticas garantir a exatidão dos dados, monitorando-os e verificando-os de forma permanente e constante.

Tom Kent (2015; 2019) argumenta que no processo de implementação de sistemas de IA nas redações, é necessário haver planejamento, testes constantes e que os padrões editoriais devem ser preservados. O autor, que atuou como editor da agência The Associated Press, ressalta que devem ser observadas questões como o direito legal sobre o uso de dados, tanto por parte dos meios de comunicação como dos provedores contratados por estes meios. Afirma, ainda, ser importante que os meios de comunicação sejam claros quanto às definições que fazem o sistema destacar alguns dados em detrimento de outros, e que sejam capazes de avaliar quais assuntos são adequados para uma abordagem automatizada.

Apesar da aceleração no sentido de automatizar os processos jornalísticos, e do fato de isto já ser uma realidade nas redações ao redor do mundo, as preocupações sobre os limites e riscos que estão envolvidos são substanciais e não existe, para já, uma resposta definitiva sobre possíveis soluções. Broussard et al. (2019) sustentam que a incorporação da inteligência artificial precisa estar centrada no ser humano e não nas máquinas, para que não se percam de vista os valores intrínsecos à atividade jornalística nem a compreensão de que mesmo os algoritmos, assim como as tecnologias de um modo geral, estão sujeitos a expressar os preconceitos, interesses e limitações de quem os desenvolve.

Um percurso para estabelecer uma ação responsável frente aos dados e a automatização é proposto por Diakopoulos (2014) e passa por levantar os seguintes questionamentos: que parâmetros que estão na base das decisões? São justos ou contêm viés discriminatório? Que critérios são incorporados ao algoritmo para que ele opere? Que limites e que tipos de erros um algoritmo pode cometer? Que preconceitos que podem existir nos dados utilizados para realizar o treinamento do algoritmo? Como o algoritmo responde diante dos dados de treinamento? Quais são as funções semânticas e que implicações podem ter na interpretação e conotação de associações? Os critérios editoriais utilizados permitem que o algoritmo seja capaz de evidenciar ou excluir determinada informação?

Nesse terreno, uma das perspectivas que se destaca diz respeito à transparência em relação à atividade jornalística, aos sistemas utilizados e às diretrizes que orientam os meios de comunicação nos processos. Diakopoulos e Koliska (2016) argumentam que na medida em que se amplia a influência e a presença desse tipo de tecnologia, a transparência vai se configurando como um valor primordial para o jornalismo. No entanto, chamam a atenção para o fato de que “[...] a transparência algorítmica está em uma fase inicial e ainda não foi desenvolvido um padrão aceitável sobre como e quando deve ser empregada”³⁵ (p. 810).

Essa abordagem possui consonância com os resultados encontrados pelo já referido relatório global sobre IA nos meios jornalísticos. De acordo com o documento, os profissionais entrevistados expressaram que, considerando que os sistemas de IA são como caixas-pretas cuja operação é de complexa compreensão,

exigem transparência por parte dos desenvolvedores dos sistemas de IA, assim como de quem utiliza os sistemas, como é o caso das redações. Argumentaram que se deve informar às audiências quando são utilizados sistemas de IA na criação de conteúdos ou em outras tarefas³⁶. (Beckett & Yaseen, p. 42)

Graefe (2016) diz que ainda “[...] pouco se sabe sobre se os consumidores de notícias (precisam ou querem) entender como os algoritmos funcionam, ou sobre quais informações eles usam para gerar conteúdo”³⁷ (p. 41), no entanto, entre as questões que surgem relacionadas à transparência, estão a divulgação de que um texto foi gerado por IA, quem desenvolveu e como foi desenvolvido o algoritmo, quem é o responsável pelo conteúdo, qual a orientação editorial que baliza o algoritmo, qual foi o grau de intervenção humana no processo e se houve revisão humana antes da publicação, e qual a origem, a qualidade e o grau de precisão dos dados (Graefe, 2016).

É relevante, portanto, aprofundar a investigação sobre transparência, sua conceituação e sua ligação com a prática jornalística, buscando a compreensão de como se relaciona com o momento atual de incorporação de tecnologias de IA. Ainda são incipientes as discussões sobre necessidade de novas regras e de regulamentações em relação à inteligência artificial. Por isso, justifica-se questionar e investigar se já existem legislações aprovadas sobre a transparência dos algoritmos aplicados ao jornalismo, se e quais meios de comunicação já publicaram diretrizes sobre o tema, e quais são as regras que estão orientando, atualmente, a atividade jornalística.

³⁵ No original “algorithmic transparency is in a nascent stage and has yet to develop an accepted standard of how and when it should be employed” (Tradução livre).

³⁶ Na versão em espanhol “exigen transparencia por parte de los diseñadores de los sistemas de IA, así como de quienes aplican los sistemas, como es el caso de las redacciones. Argumentaron que se debe informar a las audiencias cuando se utilizan sistemas de IA en la creación de contenido u otras tareas” (Tradução livre).

³⁷ No original “little is known about whether news consumers (need or want to) understand how algorithms work, or about which information they use to generate content” (Tradução livre).

São questões que vão ao encontro dos objetivos deste trabalho, de identificar e analisar o estado atual do processo, bem como refletir teoricamente sobre qual é o lugar ocupado pela transparência no jornalismo. Com isso em vista, serão desenvolvidos os próximos capítulos.

3. Transparência

Neste capítulo é proposta a discussão de questões relacionadas com transparência e o jornalismo. Na primeira seção, busca-se apresentar uma perspectiva conceitual sobre a transparência, a forma como ganhou espaço e a sua relevância nas sociedades democráticas, mas também abordar as tipologias considerados relevantes. Na segunda seção, a transparência é abordada desde o âmbito jurídico, evidenciando algumas leis sobre o tema. Por fim, na terceira seção é feita uma revisão bibliográfica sobre da transparência no jornalismo, abordando qual é o entendimento do campo jornalístico sobre esse elemento, quais são os principais tipos de transparência no jornalismo e quais são os mecanismos que podem ser utilizados para tornar as rotinas jornalísticas mais transparentes ao público.

3.1 Conceito de transparência

Conforme discutido no capítulo anterior, os avanços tecnológicos ligados ao desenvolvimento de sistemas baseados em inteligência artificial exigem maior transparência ao jornalismo, nomeadamente sobre o desenvolvimento e utilização de algoritmos na produção e distribuição de informações e sobre as diretrizes editoriais que orientam os profissionais (Diakopoulos & Koliska, 2016; Graefe, 2016; Beckett & Yaseen, 2023). O aspecto da transparência tem adquirido proeminência, também, como um elemento capaz de contribuir para uma resposta do jornalismo frente às crises econômica e de credibilidade que o setor atravessa, sobretudo desde o início dos anos 2000 (Anderson, Bell & Shirky, 2013; Becker, 2022; Campos-Domínguez e Redondo-García, 2015; Renedo Farpón, 2021).

De acordo com Hood (2007), a noção de transparência é associada, historicamente, com as áreas de governança, gestão e democracia. O termo é utilizado pelo menos desde o século XVIII, no contexto do Iluminismo, aparecendo principalmente em obras de filósofos como Jean-Jacques Rousseau e Jeremy Bentham (Hood, 2007) para defender a necessidade de escrutínio dos governos e em contraposição às ideias absolutistas e de sigilo sobre as decisões políticas (Oliveira, 2020). Sob a influência das ideias defendidas por Jeremy Bentham, a transparência ganhou espaço no contexto político como um elemento com potencial para incentivar o bom comportamento de governantes e agentes públicos, visando o aumento da legitimidade dos ocupantes destes cargos perante a sociedade (Bauhr & Grimes, 2013).

Em termos de definição, Zuccolotto e Teixeira (2019) observam que “tanto seu conceito como seu sentido ainda permanecem fluidos” (p. 9), mas que “o termo transparência está ligado ao contexto das democracias modernas, ou, em outras palavras, à democracia representativa” (p. 12). Cifuentes-Faura (2015) aponta que “não existe uma única definição universal de transparência, mas todas estão inter-relacionadas e indicam um maior acesso e disponibilidade de informações”³⁸ (p. 644). Para Attard et al. (2015), “a transparência também significa que as

³⁸ No original “There is no single, universal definition of transparency, but they are all interrelated and indicate greater access to and availability of information” Tradução livre.

partes interessadas não apenas podem acessar os dados, mas também devem ser capacitadas para utilizá-los, reutilizá-los e distribuí-los”³⁹ (p. 399). Nesse sentido, os autores entendem que a transparência influi no bom funcionamento das sociedades democráticas porque possibilita que os cidadãos possam monitorar e legitimar as ações dos governos.

Em 1766, a Suécia foi o primeiro país a aprovar uma lei relacionada com a transparência, que visava garantir o direito ao acesso à informação por parte dos cidadãos (Campos-Domínguez & Redondo-García, 2015). Mas foi a partir de meados da década de 1980 que ocorreu a consolidação do tema no âmbito político, “motivada, basicamente, por duas razões: o senso comum de que a corrupção estava crescendo na sociedade e a sensação de distanciamento do Estado, em relação às demandas coletivas” (Christofolotti, 2021, p. 2).

Segundo Hood (2007), as ideias de transparência foram refletidas a partir de pelo menos três correntes de pensamento: “o governo deve agir de acordo com regras previsíveis e estáveis, a comunicação deve ser franca e aberta com a sociedade e devem existir formas de tornar tanto a organização quanto a sociedade cognoscível” (Zuccolotto & Teixeira, 2019, p. 21). A primeira abordagem se relaciona com a demanda interna de supervisão dos processos governamentais, enquanto a segunda linha diz respeito à condução das ações políticas de forma honesta e, por fim, a terceira busca aproximar a ideia de método, habitualmente conectada com as ciências naturais, aos campos social e político (Zuccolotto & Teixeira, 2019). São perspectivas que influenciam os debates sobre transparência até os dias de hoje, uma vez que continuam muito presentes as noções de divulgação de informações e abertura dos processos de tomada de decisão (Oliveira, 2020; Zuccolotto & Teixeira, 2019).

Em linhas gerais, atualmente a transparência é compreendida “[...] como o princípio que possibilita ao público obter informações sobre as operações e estruturas de uma entidade específica. Frequentemente, é considerada sinônimo de abertura e divulgação”⁴⁰ (Etzioni, 2014, p. 687). Além disso, conforme Oliveira (2020), o significado de transparência “expandiu de um instrumento de combate à corrupção para um valor a ser incorporado nas políticas públicas e um meio de encorajar a tomada de decisão aberta e a divulgação pública visando promover a *accountability*” (p. 54).

Hood (2010) explica que não é raro os termos transparência e *accountability* serem utilizados juntos ou como sinônimos, mas pontua que existem diferenças entre os dois conceitos:

accountability, em termos gerais, denota o dever de um indivíduo ou organização de prestar contas de alguma forma sobre como conduziram seus assuntos. Transparência,

³⁹ No original “Transparency also means that stakeholders not only can access the data, but they also should be enabled to use, reuse and distribute it.” Tradução livre.

⁴⁰ No original “[...] as the principle of enabling the public to gain information about the operations and structures of a given entity. It is often considered synonymous with openness and disclosure” Tradução livre.

em termos gerais, significa conduzir os negócios de uma maneira que torne as decisões, regras e outras informações visíveis externamente⁴¹. (p. 989)

Nesse sentido, é possível compreender que a ideia de *accountability* se relaciona com a obrigação de agir de forma responsável para a tomada de decisões e de responder pelas ações, enquanto a transparência diz respeito a criar as condições necessárias para que a sociedade possa visualizar de que forma e por quais motivos as decisões foram tomadas. Ugalde (2002) entende a transparência como um instrumento para viabilizar a *accountability*, mas compreende que somente disponibilizar informações não garante que haja prestação de contas e responsabilização pelas ações.

Mesmo que uma organização divulgue publicamente informações internas pode não haver transparência (Zuccolotto e Teixeira, 2019). Isso porque um fator determinante para a existência de transparência é que as informações disponibilizadas sejam passíveis de serem facilmente compreendidas e processadas por pessoas externas à entidade ou governo em questão. Heald (2006) aborda essa questão ao trazer para o debate a discussão sobre a diferença entre as ideias de abertura (*openness*) e de transparência:

Por exemplo, é possível que uma organização seja aberta sobre seus documentos e procedimentos, mas não seja transparente para públicos relevantes se a informação for percebida como incoerente. A abertura pode, portanto, ser considerada uma característica da organização, enquanto a transparência também requer receptores externos capazes de processar as informações disponibilizadas⁴². (p. 26)

David Heald (2006) propôs uma análise que considera diferentes direções e variedades de transparência. Segundo o autor, a transparência pode ocorrer em quatro direções: para cima, para baixo, para fora e para dentro. As duas primeiras (para cima e para baixo) se dão perante uma relação hierárquica, na medida em que os resultados e a conduta dos subordinados podem ser observados pelos superiores (transparência para cima) bem como os subordinados podem observar a conduta e os resultados dos superiores (transparência para baixo).

Por sua vez, a transparência para fora ocorre quando quem está dentro de uma organização ou de um governo consegue observar as ações e decisões de outras organizações concorrentes ou de outros governos ou instâncias de poder (Zuccolotto & Teixeira, 2019). Por fim, a transparência

⁴¹ No original “Accountability broadly denotes the duty of an individual or organization to answer in some way about how they have conducted their affairs. Transparency broadly means the conduct of business in a fashion that makes decisions, rules and other information visible from outside” Tradução livre.

⁴² No original “For example, it is possible for an organization to be open about its documents and procedures yet not be transparent to relevant audiences if the information is perceived as incoherent. Openness might therefore be thought of as a characteristic of the organization, whereas transparency also requires external receptors capable of processing the information made available.” Tradução livre.

para dentro existe “quando aqueles fora da organização podem observar o que está acontecendo dentro dela”⁴³ (Heald, 2006, p. 28).

No que se refere às variedades de transparência, Heald (2006) identifica que pode haver 1) transparência de eventos; 2) transparência de processos; 3) transparência retroativa; 4) transparência em tempo real; 5) transparência nominal; e 6) transparência efetiva. A transparência de eventos é entendida como as informações sobre dados orçamentários, nível de atividade do setor e resultados, enquanto a transparência de processos se relaciona com as informações sobre como a organização opera.

A transparência retroativa se refere à divulgação periódica da condução dos negócios e do desempenho obtido (por exemplo, a divulgação trimestral ou semestral de um relatório com informações relevantes do período). A transparência em tempo real, por sua vez, trata da divulgação contínua das informações (por exemplo, a atualização constante de dados sobre vacinação no sistema de saúde de um governo).

A transparência nominal é compreendida como aquela em que grandes volumes de dados são divulgados, muitas vezes sob prazos curtos para avaliação, mas não há a garantia nem a preocupação sobre quão compreensivos são esses dados para a sociedade (Oliveira, 2020). Por esse motivo, Heald (2006) observa que a transparência nominal pode induzir uma ilusão de transparência. Em contrapartida, a transparência efetiva ocorre quando as informações são tornadas acessíveis de modo que todas as pessoas interessadas consigam entender os dados e utilizá-los de forma simplificada.

Hood (2007), por sua vez, distingue a transparência entre direta e indireta, entendendo a transparência direta como aquela que possibilita que o público em geral consiga observar diretamente as atividades ou os resultados de uma organização. Já a transparência indireta se refere às informações que dão visibilidade aos resultados tornando-os passíveis de verificação por pessoas especializadas ou técnicos (Oliveira, 2020). Além disso, a transparência pode ser também geral ou particularizada:

Pela transparência geral, entende-se o tipo de sociedade em que ninguém pode ser anônimo, a privacidade é impossível e todos os cidadãos estão sujeitos à vigilância uns dos outros [...] O oposto desta versão de transparência social é uma versão mais particularizada, significando o tipo de sociedade em que existem divisões nítidas entre a vida ‘privada’ e ‘pública’, com a transparência se aplicando apenas a esta última⁴⁴.
(Hood, 2007, p. 194)

⁴³ No original “when those outside can observe what is going on inside the organization” Tradução livre.

⁴⁴ No original “By general transparency is meant the sort of society in which no-one can be anonymous, privacy is impossible and everyone is subject to scrutiny from everyone else [...] The opposite of this

É notável que, por ter a sua origem ligada ao âmbito político, as discussões sobre transparência sejam abundantes desde uma perspectiva vinculada aos setores públicos e governamentais. No entanto, ao longo dos anos este tema também passou a fazer parte do setor privado. Como refere Christofolletti (2021), “a transparência nos negócios é entendida como um fator para aumento da confiança nos sistemas e como resposta ou prestação de contas a acionistas, clientes e demais elementos da cadeia produtiva” (p. 2).

Do ponto de vista econômico, a transparência possibilita que “[...] os consumidores façam escolhas informadas, recompensem as empresas que fornecem os produtos preferidos e desencorajem – até mesmo coloquem fora do mercado – aqueles que ignoram as preferências dos consumidores informados”⁴⁵ (Etzioni, 2010, p. 392). O autor aponta, também, que além do efeito da transparência na relação entre empresas e consumidores, entende-se que ela incide na relação entre empresas e investidores porque, ao terem acesso às informações sobre desempenho, sentem-se mais seguros para fazer os investimentos.

Autores como Michener, Bersch e College (2013) mencionam que o mundo dos negócios privados passou a dar mais atenção à transparência a partir do ano de 2001, diante do reconhecimento, por meio do Prêmio Nobel de Economia, do trabalho de George Akerlof, Michael Spence e Joseph Stiglitz. Os estudiosos identificaram que a eficiência dos mercados sofria interferência da oferta e da demanda de informações, e que um desequilíbrio nesse sentido poderia causar distorções nos resultados econômicos (Becker, 2021). A crise econômica de dimensões globais que irrompeu a partir do ano de 2007 foi outro fator que fez com que a ideia de transparência ganhasse mais popularidade. Isso porque, segundo Etzioni (2010), houve o entendimento de que justamente um dos fatores causadores da crise foi a falta de transparência dos instrumentos financeiros.

O salto no desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC), presenciado a partir do início do século XXI, foi outro fator que contribuiu para ampliar as iniciativas de transparência nas mais diversas instâncias sociais. Em primeiro lugar, porque as TIC possibilitaram a redução dos custos para recolher, distribuir e acessar informações (Bertot, Jaeger & Grimes, 2010). Além disso, “as TIC também ofereceram novos caminhos para a abertura, proporcionando acesso às mídias sociais – conteúdos e interações criadas por meio da interação social dos usuários usando tecnologias baseadas na web altamente acessíveis”⁴⁶ (Bertot, Jaeger & Grimes, 2010, p. 265).

version of social transparency is a more particularized version, meaning the sort of society in which there are sharp divisions between ‘private’ and ‘public’ life, with transparency applying only to the latter”
Tradução livre.

⁴⁵ No original “[...] consumers to make informed choices, reward the businesses that provide the preferred products, and discourage — even put out of business — those that disregard the informed consumers’ preferences” Tradução livre.

⁴⁶ No original “ICTs also offer new avenues for openness by providing access to social media — content and interactions that are created through the social interaction of users via highly accessibly Web-based Technologies” Tradução livre.

Foi por meio das TIC que os governos foram capazes de informatizar as suas atividades e criar novos canais de comunicação com a sociedade (Zuccolotto e Teixeira, 2019). Meijer (2009) considera que o avanço tecnológico facilitou um processo de modernização da transparência, tornando-a uma “transparência mediada por computador” (p. 258).

A transparência tem sido mediada pelos meios de comunicação de massa há algum tempo, mas as novas mídias, especialmente a Internet e outros sistemas computadorizados, desempenham um papel fundamental na mediação da transparência governamental em nossos tempos. A transparência mediada por computador refere-se à capacidade de olhar claramente através das janelas de uma instituição por meio do uso de sistemas informatizados⁴⁷. (Meijer, 2009, pp. 258-259)

Campos-Domínguez e Redondo-García (2015) sublinham que, a partir da primeira década dos anos 2000, passou a ser visível uma situação de perda de confiança da sociedade em relação às instituições, o que teve como consequência um cenário de crise política e de descontentamento generalizado. Nesse sentido, as autoras consideram que os debates sobre transparência se tornaram ainda mais relevantes, uma vez que a transparência é percebida como um instrumento eficiente tanto para reestabelecer a confiança e promover a legitimidade das instituições, quanto para incentivar a participação e o interesse da sociedade nas decisões políticas.

Essa percepção se alinha com a perspectiva de que a ampliação de uma cultura de transparência na sociedade contribui para combater casos de corrupção, um problema global que gera, entre diversas consequências, profundos impactos econômicos (Attard et al., 2015; Andersen, 2009; Bertot, Jaeger & Grimes, 2010). Na busca por medidas anticorrupção, se fortaleceu a ideia de governo aberto e foram criados portais de transparência para divulgar grandes volumes de dados que, além de terem um caráter preventivo frente à corrupção, ampliam as condições para a participação cidadã na elaboração e políticas “[...] e dão às partes interessadas a oportunidade de examinar e reutilizar as informações disponíveis de diversas formas, incluindo a identificação de padrões nos dados e a criação de novos serviços”⁴⁸ (Attard et al., 2015, p. 400).

Assim, é possível compreender que a ideia de transparência está associada à possibilidade de tornar os cidadãos mais informados e mais capacitados para monitorar as ações e as decisões políticas. Desse ponto de vista, são favorecidas as condições para a participação social e consequente fortalecimento da democracia, além de contribuir para inibir práticas corruptas ou, no mínimo, facilitar a identificação.

⁴⁷ No original “Transparency has been mediated through the mass media for some time but the new media, especially the Internet and other computerized systems, play a key role in mediating government transparency in our times. Computer-mediated transparency refers to the ability to look clearly through the windows of an institution through the use of computerized systems” Tradução livre.

⁴⁸ No original “[...] and give stakeholders the opportunity to scrutinize and reuse the available information in a number of ways, including identifying patterns in the data and creating new services” Tradução livre.

No entanto, alguns autores (Etzioni, 2010; 2014; Lindstedt & Naurin, 2010) questionam a eficácia e discutem possíveis efeitos contrários da transparência para a sociedade e para a política. Para Etzioni (2010; 2014), a crescente defesa de transparência pode comprometer iniciativas de regulações legais sobre determinadas atividades – principalmente financeiras. Além disso, Etzioni (2010) alerta para as possibilidades de manipulação de informações e para o fato de muitas vezes serem publicados apenas os dados de difícil compreensão. O autor também compreende que há uma distância entre a ideia de participação cidadã na política e a forma como ela ocorre na prática:

A principal razão pela qual a transparência é amplamente superestimada é que ela se baseia em uma teoria popular, mas ingênua, sobre o funcionamento da democracia, ou seja, que ela opera como uma democracia direta. Essa teoria assume que os eleitores podem aprender sobre os detalhes dos inúmeros programas que o governo realiza ou afeta, avaliá-los e determinar quais eles favorecem ou desejam descontinuar. O problema com essa teoria é que a maioria das pessoas está preocupada ganhando a vida, mantendo uma família e uma vida social, e elas têm tempo e energia muito limitados para dedicar ao acompanhamento dos assuntos públicos⁴⁹. (Etzioni, 2014, p. 687)

Lindstedt e Naurin (2010), por sua vez, argumentam que a transparência sozinha é pouco eficiente no combate a corrupção. Para ser efetiva, é necessário garantir que as informações não sejam apenas publicadas, mas entregues ao público e, além disso, que este público tenha a sua disposição mecanismos efetivos para agir e responsabilizar quem comete os atos ilícitos. Licht (2011) defende não ser a regra que quanto mais transparência houver, maior será a legitimidade atribuída às instituições e aos tomadores de decisões. Em um estudo da autora relacionado com a tomada de decisões na área da saúde, foi verificado “que os níveis de confiança eram mais altos entre o grupo que não recebeu informações sobre os procedimentos do que entre os grupos informados sobre o procedimento subjacente a uma decisão de definição de prioridade”⁵⁰ (Licht, 2011, p. 196).

Apesar das abordagens críticas, os autores mencionados não negam a importância da transparência para a sociedade, mas se opõem à ideia de transparência como a solução para todos os males e argumentam que o desenvolvimento da cultura da transparência precisa ser

⁴⁹ No original “The main reason transparency is vastly oversold is that it rests on a popular but naive theory of the way democracy functions, namely, that it operates as a direct democracy. This theory assumes that voters can learn about the ins and outs of the numerous programs the government carries out or affects, evaluate them, and determine which they favor or seek to discontinue. The problem with this theory is that most people are busy making a living and maintaining a family and a social life, and they have very limited time and energy to devote to following public affairs” Tradução livre.

⁵⁰ No original “that levels of trust in the health care system were actually higher among the group given no information about the procedures than it was among the groups made privy to the procedure underlying a priority-setting decision” Tradução livre.

acompanhado por outros mecanismos de monitoramento e de responsabilização das instituições.

Oliveira (2020) assinala que, em geral, a transparência pode ser percebida sob duas vertentes: como norma, no sentido de ser um dever do Estado informar a sociedade e um direito dos cidadãos saber o que acontece nos governos; e como instrumento, no sentido auxiliar o funcionamento das instituições e a tomada de decisões de modo mais cuidadoso e responsável. Em termos de mecanismos que viabilizam a transparência, o autor menciona as leis de acesso à informação, as ferramentas para acesso (como portais de transparência, sites e bases de dados) e as políticas de dados abertos, ou seja, dados disponibilizados sem nenhuma restrição de uso. Nesse sentido, a criação de leis de acesso à informação avançou por diversos países democráticos ao longo do tempo e, de modo mais expressivo, a partir do final dos anos 90 e da primeira década dos anos 2000 (Campos-Domínguez & Redondo-García, 2015).

3.2. Leis relacionadas com a transparência

Como mencionado na primeira seção, a Suécia foi precursora na criação de uma lei que garantia o direito de acesso à informação, em 1766. Este acesso à informação também foi consagrado na Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 1948. O artigo 19 do documento resultante da Assembleia Geral das Nações Unidas assegurou que “todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; esse direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opinião e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”.

De acordo com Guichot (2011), “os países pioneiros no reconhecimento e regulação do direito de acesso à informação pública se encontram entre os mais desenvolvidos do mundo desde uma perspectiva democrática”⁵¹ (p. 8). Finlândia, em 1951, Dinamarca e Noruega, em 1970, e os Estados Unidos da América, em 1966, estiveram à frente do movimento de criação de leis de acesso à informação.

Entre o final dos anos setenta e o princípio dos anos noventa, se expandiu entre os países latinos da Europa ocidental, com a França como pioneira [...] No final dos anos 90 e princípio do século XXI houve uma autentica eclosão e se generalizou a aprovação de leis de transparência e acesso à informação pública em países da Europa ocidental que ainda não as tinham, entre eles Reino Unido e Alemanha, nos países da Europa e da Ásia que se encontravam na órbita ou integrados na União Soviética até a queda do

⁵¹ No original “Los países pioneros en el reconocimiento y regulación del derecho de acceso a la información pública se encuentran entre los más desarrollados del mundo desde una perspectiva democrática” Tradução livre.

Muro de Berlim, incluída recentemente a própria Rússia, e nas zonas restantes da América Central e do Sul, Ásia, África e Oceania⁵². (Guichot, 2011, pp. 8-9)

Considerando que o Brasil é o país onde se situam os meios de comunicação objetos de análise desta investigação, é relevante abordar o processo de desenvolvimento de leis relacionadas com a transparência.

A Constituição Federal brasileira, promulgada em 1988, que marcou o encerramento do período ditatorial e o processo de redemocratização do Estado brasileiro, versa sobre o dever de *publicidade* do Estado com sentido de “propaganda, de condição de eficácia dos atos administrativos e de ‘direito de acesso’” (Taborda, 2006, p. 64). No artigo 5º, a Constituição estabelece que “é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional” e que “todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado” (p. 3). O artigo 37º, determina que “a administração pública, direta ou indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência [...]” (p. 21).

Nesse sentido, é possível perceber que a transparência foi regulada desde a elaboração da lei máxima brasileira, ao reconhecer como direito o acesso à informação e determinar que as ações da administração pública, entre outras obrigações, deveriam obedecer ao princípio da publicidade. Taborda (2006) explica a relação entre o princípio da publicidade e a transparência, de forma que

Na tradição política do Ocidente, desde o princípio, estão articulados os conceitos de democracia, publicidade, igualdade e racionalidade, de modo que não se pode dizer democrático um regime no qual não existam a visibilidade e o controle do poder, em outras palavras, a publicidade. Este é o primeiro princípio que a expressão ‘publicidade’ assume nos ordenamentos jurídicos do Ocidente, qual seja, o de ser uma mediação entre política e a moral que impõe um dever aos poderes públicos, o de agir de forma

⁵² No original “Entre finales de los setenta y principios de los noventa, se expandió entre los países latinos de la Europa occidental, con Francia como pionera [...] A finales de los noventa y principios del siglo XXI ha habido una auténtica eclosión y se ha generalizado la aprobación de leyes de transparencia y acceso a la información pública en los países de Europa occidental que aún carecían de ella, entre ellos, Reino Unido y Alemania; en los países de Europa y de Asia que se encontraban en la órbita o integrados en la Unión Soviética hasta la caída del muro de Berlín, incluida recientemente la propia Rusia, y en las restantes zonas de América Central y del Sur, Asia, África y Oceanía” Tradução livre.

transparente. Nessa acepção, o princípio da publicidade decorre imediatamente do princípio democrático e do princípio republicano. (p. 66)

Em 2011 foi aprovada, no Brasil, a Lei de Acesso à Informação (LAI), visando “garantir o direito constitucional de solicitar e obter informações dos órgãos e entidades públicas” (Governo Federal, s/p). Esta lei determina que qualquer pessoa, brasileira ou estrangeira, pode pedir informação ao Governo, sem necessidade de justificativa e de forma gratuita. A lei abrange os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, Estados, Distrito Federal, Municípios, Tribunais de Contas, Ministérios Públicos, autarquias, fundações públicas, empresas públicas e entidades privadas sem fins lucrativos que recebam recursos públicos.

De acordo com as informações disponibilizadas no site do Governo Federal⁵³, a LAI parte das ideias de que o acesso é a regra e o sigilo é exceção, e de que é dever do Estado ter uma postura proativa na divulgação de informações que são de interesse coletivo e geral. Bernardes (2015) afirma que a LAI foi introduzida com o objetivo de elevar “a transparência a um nível maior de importância e alinhar o agir da administração pública ao paradigma democrático” (p. 11).

Guichot (2011) explica que ao longo do tempo as leis foram sendo atualizadas e se tornando mais completas para responder a novas realidades como a reutilização de informação e o surgimento de novas tecnologias de informação. De acordo com o autor,

[...] o reconhecimento e desenvolvimento legal do direito de acesso à informação pública estão diretamente relacionados com o nível de democracia dos países [...] tendo os países adotado tais medidas uma vez alcançado um relativo nível de consolidação do sistema de democracia representativa [...]⁵⁴. (p. 10)

No Brasil, não existe uma legislação específica sobre a transparência dos meios de comunicação. A imprensa brasileira é regulada pela Lei nº 5.250, assinada no ano de 1967 sob vigência do regime de ditadura militar. O artigo 8º determina que os meios de comunicação social sejam registrados em cartório, e o artigo 9º estabelece que neste registro devem ser informados o título da publicação ou designação da emissora (de rádio ou televisão), o endereço da sede, o nome e endereço dos proprietários, do diretor e redator-chefe. Não estabelece, no entanto, que essas informações devem ser públicas.

De modo comparativo, é possível destacar o caso de Portugal, onde a Lei nº 78/2015 trata especificamente da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das

⁵³ Disponível em <https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br/assuntos/conheca-seu-direito>

⁵⁴ No original “el reconocimiento y desarrollo legal del derecho de acceso a la información pública están en directa relación con el nivel de democracia de los países [...] habiéndose incorporado los países una vez alcanzado un relativo nivel de consolidación del sistema de democracia representativa [...]” Tradução livre.

entidades que exercem atividade de comunicação social no país (Renedo-Farpón, Canavilhas e Díez-Garrido, 2023). Aprovada no ano de 2015, a lei abrange agências noticiosas, pessoas singulares ou coletivas que editem publicações periódicas, operadores de rádio e de televisão, pessoas singulares ou coletivas que disponibilizem serviços de comunicação por redes eletrônicas, bem como titulares e detentores de participações no capital social de alguma entidade de comunicação social.

Pela lei, os meios de comunicação ficam obrigados a informar à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) quem são os titulares e detentores das empresas, a percentagem de participação social de cada titular e os fluxos financeiros. O artigo 6º estabelece que é dever da ERC disponibilizar as informações através de um site e de base de dados de fácil acesso. No artigo 15º, a lei determina que, além das questões relacionadas com a propriedade, as publicações periódicas devem informar ao público sobre o nome do diretor, dos editores, o endereço do editor e da redação, a tiragem e o estatuto editorial.

Porém, a relação do jornalismo com a transparência vai além do ordenamento jurídico. Por isso, é necessário compreender como essa questão atravessa a atividade jornalística, o que se faz na seção a seguir.

3.3. Transparência e jornalismo

Refletir sobre a relação entre o jornalismo e a transparência exige que sejam consideradas, pelos menos, duas vias. A primeira envolve o jornalismo como uma voz defensora da transparência na medida em que os profissionais do jornalismo buscam de dados e informações que, muitas vezes, são ocultados da sociedade pelas diferentes instâncias do poder. Christofolletti (2021) argumenta que o crescimento nas exigências por maior transparência sobre as instâncias políticas impulsionou as coberturas jornalísticas sobre o tema. Além disso,

Para as redações, atos obscuros dos governantes dificultavam outra pauta importante para a sociedade: o combate à corrupção. Essa correlação insuflou jornalistas e meios a trazerem à luz decisões e atitudes que antes ficavam restritas aos círculos do poder. Paralelamente, foi despertado um interesse maior pelo acompanhamento de políticas públicas, o que só funcionaria bem com mais visibilidade. (Christofolletti, 2021, p. 3)

Meier (2009) identifica esta como a transparência externa, que é operada pelas organizações jornalísticas de fora para dentro, uma vez que “a tarefa central do jornalismo na democracia

moderna é trazer transparência externa para a sociedade por meio da reportagem – por exemplo, na política, na cultura, na ciência e na medicina”⁵⁵ (p. 2).

Deuze (2005) identifica este como um dos aspectos da ideologia do jornalismo: a noção de que os jornalistas prestam um serviço público e desempenham as suas atividades em prol do público que, por sua vez, tem o direito de ser informado sobre as ações dos representantes políticos. Nesse sentido, é possível perceber a reivindicação por transparência é intrínseca ao jornalismo e procura cumprir com o compromisso de “encontrar recursos para revelar toda a informação, desde que seja de interesse público, respeitando as regras e os princípios éticos da profissão” (Becker, 2022, p. 7). Além disso, “ao cobrar transparência e fiscalizar o desempenho dos poderes público e privado, coloca-se contra uma opacidade que pode servir como ferramenta de poder” (Bezerra, 2022, p. 33).

Uma segunda abordagem diz respeito ao que Meier (2009) chama de transparência de dentro para fora, ou “auto-transparência”, e que se refere à transparência sobre o próprio jornalismo, sendo este um princípio orientador da prática. Tem o sentido de mostrar à sociedade quais são as condutas e os procedimentos adotados, tanto pelas empresas de comunicação como pelos jornalistas (Chadha & Koliska, 2015; Gehrke, 2021; Karlsson, 2010). Embora a abertura das rotinas jornalísticas não seja considerada uma regra (Meier, 2009), as discussões acerca da transparência em relação ao próprio campo do jornalismo ganharam espaço a partir do início do século XXI. As transformações tecnológicas, a perda de credibilidade perante as audiências (Kovach & Rosenstiel, 2001; Karlsson, 2020) e, mais recentemente, o fenômeno da desinformação (Koliska, 2022) estão na origem desta mudança.

Na era digital, onde o surgimento de um sistema de comunicação em rede significa que jornalistas veem sua autoridade tradicional minada por audiências que são capazes de questionar, analisar e desafiar seu trabalho em uma escala sem precedentes, a transparência passou a ser cada vez mais vista como oferecendo uma solução para os desafios contemporâneos, especialmente a perda de confiança pública⁵⁶. (Chadha & Koliska, 2015, p. 216)

Renedo Farpón (2021, p. 92) acrescenta que o surgimento de gigantes da tecnologia como Google, Apple, Facebook e Amazon e a “[...] grande concentração de serviços, muitos vinculados

⁵⁵ No original “The core task of journalism in modern democracy is to bring (outside) transparency into society by reporting — for example in politics, the economy, culture, education, science and medicine” Tradução livre.

⁵⁶ No original “In the digital age, where the emergence of a networked communication system has meant that journalists find their traditional authority undermined by audiences who are able to question, analyze and challenge their work on an unprecedented scale, transparency has increasingly come to be viewed as offering a solution to contemporary challenges, particularly the loss of public trust” Tradução livre.

diretamente com o setor midiático, comunicacional ou cultural”⁵⁷ que estas empresas estabeleceram foi outro fator que contribuiu para fomentar os debates sobre a necessidade de maior transparência. Isso porque uma fatia expressiva dos conteúdos jornalísticos passou a ser veiculado e acessado a partir destas plataformas que, em geral, são resistentes a explicar quais são os critérios que utilizam para destacar ou ocultar informações.

Gehrke (2021) se refere aos estudos desenvolvidos por Michael Karlsson para contextualizar historicamente três momentos da transparência no jornalismo. Uma primeira etapa, correspondente aos anos de 2000 até 2010, em que as discussões sobre a transparência no jornalismo estiveram alinhadas com as demandas sociais por transparência em relação às instituições públicas. Na segunda etapa, percebida entre 2010 e 2016, se “insere o conceito de transparência junto às redes sociais digitais, atualizando sua desenvoltura neste cenário. Também passa por um processo de institucionalização à medida que surge nos códigos de ética” (Gehrke, 2021, p. 102). E o terceiro momento, iniciado a partir de 2016 e ainda em curso, “que associa aos termos “esperança” e “escrutínio”, em que a transparência é vista como uma forma de permitir que o público avalie instituições socialmente estabelecidas” (Gehrke, 2021, p. 102).

Kovach e Rosenstiel (2001) defendem que a transparência no jornalismo é uma forma de demonstrar honestidade e respeito pelo público, além de servir para deixar evidente o interesse público que motiva a publicação de um conteúdo jornalístico. Na perspectiva dos autores, a transparência está ligada com a responsabilidade de os jornalistas ao público as informações necessárias para que ele seja capaz de avaliar a informação por si próprio.

Para alcançar a transparência, indicam a necessidade de oferecer informação sobre a forma como o jornalista acede às informações, quem são as suas fontes, qual é o conhecimento que as fontes possuem sobre o assunto abordado, quais são os vieses e preconceitos que as fontes podem ter, se existem informações conflitantes e se existem pontos que o jornalista ainda não sabe (Kovach & Rosenstiel, 2001). Desta forma, “a busca pela transparência garantiria acesso da audiência aos mesmos subsídios (ou grande parte deles) que os jornalistas acionaram na elaboração do conteúdo” (Gehrke, 2021, p. 104).

O que orienta essa concepção, segundo Kovach e Rosenstiel (2001),

É o mesmo princípio que governa o método científico: explicar como você aprendeu algo e por que acredita nisso – para que a audiência possa fazer o mesmo. Na ciência, a confiabilidade de um experimento, ou sua objetividade, é definida pela capacidade de outra pessoa replicar o experimento. No jornalismo, apenas explicando como sabemos o que sabemos, podemos aproximar essa ideia para as pessoas poderem, se quiserem,

⁵⁷ No original “[...] gran concentración de servicios, muchos vinculados directamente con el sector mediático, comunicacional o cultural [...]” Tradução livre.

replicar a reportagem. Isso é o que se entende por objetividade do método na ciência, ou no jornalismo⁵⁸. (p. 81)

Karlsson (2010) identificou dois tipos de transparência no jornalismo: de divulgação e participativa. A transparência de divulgação está alinhada com as ideias mencionadas acima e se relaciona, portanto, com uma noção de abertura e de explicação do processo jornalístico. Assim, “[...] a transparência de divulgação envolve várias técnicas que mostram ao público como e por que as notícias estão sendo feitas, por exemplo, explicando o processo de seleção de notícias e assim abrindo a produção de notícias para insights”⁵⁹ (p. 1798). A transparência participativa, por sua vez, consiste em propiciar que o público faça parte do processo de produção noticiosa, principalmente por meio de recursos interativos, “[...] por exemplo, comentando ou enviando imagens de eventos”⁶⁰ (Karlsson, 2010, p. 1798).

Em um estudo posterior, o autor identificou que existe ainda uma terceira dimensão da transparência, que é por ele denominada como transparência ambiental e entendida como

[...] técnicas ou ferramentas que são usadas/adicionadas pelos produtores de notícias nas proximidades do conteúdo (notícias), tornando possível para os consumidores de notícias avaliar e formar novos significados das notícias, por meio da associação do conteúdo com o contexto fornecido. Tais ferramentas incluem, mas não se limitam a: hiperlinks, opiniões pessoais de jornalistas e marcações de algo como notícia ou publicidade⁶¹. (Karlsson, 2020, p. 1808)

Koliska (2022) diferencia os tipos de transparência: de produção e do produtor. Por transparência de produção entende-se a divulgação de informações relevantes, principalmente por meio de hiperlinks, sobre como as notícias são produzidas, como se dá o processo de tomada de decisões, como e quando ocorre a correção de erros, além da disponibilização de relatórios e textos explicativos. A transparência do produtor, por seu turno, significa fornecer informação ao

⁵⁸ No original “It is the same principle as governs scientific method: explain how you learned something and why you believe it – so the audience can do the same. In science, the reliability of an experiment, or its objectivity, is defined by whether someone else could replicate the experiment. In journalism, only by explaining how we know what we know can we approximate this idea of people being able, if they were of a mind to, to replicate the reporting. This is what is meant by objectivity of method in science, or in journalism.” Tradução livre.

⁵⁹ No original “[...] disclosure transparency involves various techniques illustrating to the public how and why the news is being made, by, for instance, explaining the news selection process and so opening up news production for insights” Tradução livre.

⁶⁰ No original “[...] for example, commenting or sending in images of events” Tradução livre.

⁶¹ No original “[...] as techniques or tools that are used/added by news producers in the vicinity of (news) content making it possible for news consumers to evaluate and form new meanings of news stories, through the association of content with the provided context. Such tools include, but are not limited to: hyperlinks, journalists’ personal opinions, and marking whether something is a news story or native advertising” Tradução livre.

público sobre os jornalistas (currículo e/ou imagem dos repórteres) e a organização noticiosa (proprietários, orientação editorial, códigos de conduta), disponibilizar acesso às mídias sociais, além de manter um canal aberto para diálogo entre produtor e público.

Vos e Craft (2016) conduziram um estudo no contexto da comunidade jornalística norte-americana e descobriram que o entendimento sobre a transparência não é homogêneo, variando entre aqueles para quem “a transparência é amada, é meramente aceita ou é odiada”⁶² (p. 1516). Por um lado, a transparência é vista como uma norma jornalística, tendo se constituído como um princípio jornalístico deste século e como resultado do jornalismo na era da Internet. Em contrapartida, há quem considere que a transparência é defendida de forma exagerada e ingênua porque pode sobrecarregar o público e ter um efeito contrário ao que se propõe. Nesta situação, levaria a mais opacidade, além de poder ser utilizada para limitar o trabalho jornalístico.

As divergências nos discursos favoráveis e contrários à transparência no jornalismo são explicadas pelos autores da seguinte maneira:

Os opositores da transparência ancoram o seu discurso de deslegitimação num passado orgulhoso do jornalismo, quando os jornalistas eram homens experientes e independentes. Eles anseiam por um tipo de jornalismo – ou uma era do jornalismo – na qual os jornalistas tinham autonomia, sem se preocuparem com o envolvimento do público. Seu foco discursivo é, em grande parte, interno (para o campo jornalístico) e voltado para trás (para o passado do campo). Enquanto isso, os defensores da transparência baseiam o seu discurso de legitimação em uma era digital na qual as instituições poderosas são julgadas por sua transparência. Seu foco discursivo é externo (para o público) e orientado para a frente (para o futuro imaginado para o campo). Os interlocutores imaginados para os defensores da transparência são o público. Esses jornalistas querem que o público considere seu trabalho credível e construíram discursivamente a transparência como o meio para fornecer a confiança e credibilidade⁶³. (Vos e Craft, 2016, pp. 1516-1517)

⁶² No original “Transparency is loved; it is merely accepted; and it is hated” Tradução livre.

⁶³ No original “Transparency’s opponents have anchored their delegitimizing discourse in journalism’s once proud past, when journalists were savvy, independent men. They long for a kind of journalism — or an era of journalism — in which journalists had autonomy, unencumbered by audience engagement. Their focus is largely discursively inward (to the field) and backward (to the field’s past). The proponents of transparency, meanwhile, have anchored their legitimizing discourse in a digital age in which powerful institutions are judged by their transparency. Their focus is more discursively outward (to the public) and forward (to the field’s imagined future). The imagined interlocutors for the proponents of transparency are the public. These journalists want the public to find their work credible and have discursively constructed transparency as the means to deliver that trust and credibility” Tradução livre.

Outro estudo, também realizado no contexto norte-americano, avaliou a percepção do público em relação à transparência jornalística (Koliska, 2022). Os resultados apontaram que, em geral, a confiança do público não foi impactada pelos níveis de transparência dos conteúdos a que tiveram acesso. O estudo sugere, no entanto, que a transparência é esperada e valorizada, mas o fato de as informações sobre transparência serem, em regra, disponibilizadas à margem das notícias, pode levar o público a pensar que são secundárias ou menos importantes e, por isso, prestar menos atenção.

O achado dessa pesquisa vai ao encontro do que foi discutido na primeira seção deste capítulo, quando se abordou a questão de que para a transparência ser útil não basta apenas que informações sejam disponibilizadas ao público: elas devem ser passíveis de compreensão e os receptores precisam ser capacitados para processar essas informações (Heald, 2006).

Koliska (2022) defende que as ações em direção à transparência no jornalismo precisam ser acompanhadas por uma formação escolar que proporcione literacia midiática. Além disso, o autor sugere que pode ser mais efetivo inserir informações sobre a transparência na própria notícia do que apenas disponibilizá-las em um espaço periférico.

Chadha e Koliska (2015) argumentam que ainda existe “uma lacuna significativa entre o tipo de transparência que é imaginado normativamente e potencialmente possível devido às oportunidades das novas tecnologias, e o que é realmente implementado na produção de notícias”⁶⁴ (p. 227). Na visão dos autores, isso deve-se ao fato de ainda existir um certo nível de resistência das empresas jornalísticas para abrirem ao público a “caixa-preta” da produção de notícias.

Maia (2008) defende que é preciso tirar o jornalismo da “redoma de vidro” que o envolve e tornar públicas as informações que historicamente pertencem âmbito privado das empresas. É uma forma de o jornalismo contribuir para melhorar a alfabetização midiática do público “de forma que compreenda o funcionamento da imprensa, as suas limitações e a sua relevância, gerando receptores mais conscientes e críticos” (Campos-Domínguez & Redondo Garcia, 2015, p. 194).

Se o espírito público deve nortear a produção da informação, nada mais salutar que evidenciar quais mecanismos balizam este processo. A transparência dos recursos utilizados pelos profissionais da comunicação pode ser uma peça-chave para a compreensão dos próprios receptores sobre o resultado final veiculado nas páginas de jornais, revistas, sites, emissoras de rádio e televisão, entre outros. (Maia, 2008, p. 132)

⁶⁴ No original “a significant gap between the type of transparency that is normatively imagined and potentially possible due to the affordances of new technologies and what is actually implemented in news production” Tradução livre.

Em termos de mecanismos para viabilizar a transparência no jornalismo, Campos-Domínguez e Redondo-García (2015) propõem três categorias, cada uma composta por diversos elementos que podem ser medidos e avaliados: transparência econômica, transparência editorial e transparência da interatividade.

De acordo com as autoras, a transparência econômica envolve tornar acessíveis as informações sobre gestão da empresa jornalística, quem são os donos, quem são os acionistas, a relação com anunciantes e os valores que recebe de publicidade institucional. Mecanismos de transparência desse tipo possibilitam “conhecer como se financiam os meios e em que níveis essas formas podem afetar a sua função jornalística”⁶⁵ (Campos-Domínguez & Redondo-García, 2015, p. 197).

A transparência editorial é o tipo de transparência que permite compreender como a informação noticiosa é produzida e como os jornalistas trabalham. Os elementos que compõem a transparência editorial, segundo as autoras, são a disponibilização e o fácil acesso ao documento que explicita a linha editorial do meio de comunicação, ao livro de estilo, ao código de ética, a presença da figura do *ombusman*, a explicação sobre os procedimentos para a correção de erros, além de informações sobre o quadro organizacional e a qualificação dos seus integrantes.

A transparência da interatividade, por sua vez, é o mecanismo que permite analisar as formas de participação dos leitores e o diálogo que é estabelecido entre meios de comunicação e público. Essa forma de transparência envolve disponibilizar “assinatura de conteúdo RSS, assinatura de conteúdo recebido, newsletters, formas de contatos, pesquisas, votações, entrevistas coletivas, comentários, fóruns, redes sociais, blog da mídia e blog do jornalista”⁶⁶ (Renedo Farpón, 2021, p. 101).

Em sua tese de doutorado, Gehrke (2021) propôs um protocolo de transparência destinado ao jornalismo guiado por dados. Como a autora pontua, ainda que a proposta seja destinada a um tipo específico de prática, trata-se de jornalismo. Por isso, é relevante olhar para a proposta e considerá-la útil para o jornalismo nas suas mais variadas práticas, sobretudo neste trabalho, que analisa a inteligência artificial generativa, cuja fase de recolha de dados condiciona todo o processo a jusante. A autora divide os mecanismos de transparência em dois níveis: organizacional e operacional. A autora divide os mecanismos de transparência em dois níveis: organizacional e operacional.

No nível organizacional, são incluídos: assinatura, perfil e expertise (inclusive a divulgação de outras notícias produzidas pelo jornalista); contato; correção de erros; as fontes de financiamento e os custos para produção; manual de redação e princípios editoriais; divulgação de política de diversidade; divulgação da política de privacidade e o que o meio de comunicação

⁶⁵ No original “conocer cómo se financian los medios y en qué niveles esas fórmulas pueden afectar a su función periodística” Tradução livre.

⁶⁶ No original “suscripción de contenido RSS, suscripción de contenidos recibidos, boletín electrónico, vías de contacto, encuestas, votaciones, entrevistas corales, cometarios, foros, redes sociales, blog del medio y blog de periodistas” Tradução livre.

faz com os dados dos leitores; e marcação que permite a diferenciação entre conteúdo informativo e opinativo.

Já a transparência no nível operacional compreende tornar público os seguintes aspectos: data de publicação; acesso à íntegra de documentos utilizados como fonte; apresentação e acesso às bases de dados; informações sobre as limitações e o contexto das bases de dados utilizados; marcas de apuração (que compreende evidenciar as dificuldades do processo, tempo de espera ou ausência de resposta das fontes, entre outras); nota metodológica explicando as escolhas editoriais e o parâmetro para a seleção de dados utilizados; e disponibilização de código aberto para que outras pessoas possam acessar e reproduzir o processo.

É possível perceber que em ambas as propostas de mecanismos de transparência direcionadas ao jornalismo, há uma diversidade de pontos em comum no sentido de detalhar informações sobre quem produz e como produz a notícia. No entanto, a proposta de Gehrke (2021) avança na direção da busca pelo detalhamento de questões que envolvem as bases de dados, o desenvolvimento e a utilização de códigos de programação. Embora a autora não proponha uma abordagem específica sobre transparência algorítmica, é interessante notar que as questões observadas têm um ponto de convergência com as novas demandas por transparência que surgem no contexto do avanço do uso de sistemas de inteligência artificial, que foram discutidas no capítulo anterior (Diakopoulos, 2014; Diakopoulos e Koliska, 2016; Graefe, 2016; Beckett e Yaseen, 2023;).

Renedo Farpón (2021) entende que esta série de mecanismos de transparência pode contribuir para “uma melhora da credibilidade jornalística, aumento da qualidade da profissão e também para a diferenciação dos meios de comunicação em um contexto de crise”⁶⁷ (p. 101). Mostrar o que tradicionalmente sempre foi restrito aos profissionais e oferecer ao público a possibilidade de compreender “os caminhos percorridos para se chegar a determinada notícia ou reportagem” é uma forma de “contribuir para a constituição de uma cultura democrática de interesse público” (Maia, 2008, pp. 135 - 139).

Apesar de existir um interessante volume de produção científica sobre transparência no jornalismo, não é claro de que forma ela atua num cenário de emergência da inteligência artificial e de aumento da automatização de processos jornalísticos. As resistências sobre tornar visíveis as decisões e as operações internas persistem? É necessário existir alguma regulamentação específica sobre esses aspectos? As diretrizes sobre uso de IA incluem a questão da transparência algorítmica? Empresas de comunicação e jornalistas já têm uma forma de comunicar estas informações ao público de um modo eficiente e compreensível? Estas questões passam a ser investigadas e discutidas nos capítulos a seguir.

⁶⁷ No original “a una mejora de la credibilidad periodística, un aumento de la calidad de la profesión y también a la diferenciación de los medios de comunicación en un contexto de crisis” Tradução livre.

4. Iniciativas regulatórias e recomendações para uso de IA no jornalismo

Este capítulo tem como objetivo lançar luz sobre as iniciativas regulatórias que têm emergido diante do avanço da inteligência artificial nos diversos setores da sociedade. Na primeira seção, são apresentadas as principais discussões de âmbito jurídico no sentido de regulamentação da IA: são destacados projetos de leis e recomendações no contexto dos Estados Unidos da América, considerando que é o país onde estão concentradas as maiores empresas desenvolvedoras desse tipo de tecnologia; da União Europeia, por ter apresentado o primeiro quadro jurídico sobre IA; e do Brasil, por ser o país onde se encontram os meios de comunicação analisados nesta investigação. Além disso, aborda também a recomendação da UNESCO para o uso ético de IA, por se tratar de um dos primeiros documentos normativos sobre o tema a nível mundial. A segunda seção trata especificamente sobre recomendações elaboradas por entidades e organizações ligadas ao jornalismo.

4.1 Projetos de Lei e recomendações

Na medida em que a corrida tecnológica em torno da inteligência artificial se intensifica, crescem os debates sobre a necessidade de regulamentar o desenvolvimento e o uso da tecnologia. Diversos países ao redor do mundo têm trabalhado na elaboração de projetos de leis e de recomendações capazes de, ao mesmo tempo, garantir condições de inovação, proteger os direitos fundamentais e estabelecer parâmetros éticos e de responsabilização (Buiten, 2019). No cerne das discussões está a preocupação com os riscos associados à IA, entre os quais estão o aprofundamento de preconceitos, abordagens enviesadas, violação da privacidade, reprodução indevida de conteúdos, além da origem e qualidade dos dados utilizados para alimentar os sistemas de IA (Helberger e Diakopoulos, 2023).

Um levantamento conduzido por Kayahan Cantekin, e publicado pela *The Law Library of Congress* dos Estados Unidos da América (EUA), apontou que, até agosto de 2023, pelo menos 42 países e a União Europeia já haviam implementado ou proposto algum tipo de legislação sobre o assunto. Além disso, sete organizações internacionais também já tinham elaborado outros tipos de documentos relacionados, entre elas o Conselho da Europa, a Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN), a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

A pesquisa identificou variadas abordagens, abrangendo aspectos tão diversificados como: regulação do desenvolvimento e comercialização de IA; princípios éticos e direitos fundamentais que devem ser observados no desenvolvimento e utilização; estabelecimento de órgãos para regular e supervisionar o desenvolvimento tecnológico; regras específicas para aplicação quando a IA for utilizada em sistemas de pagamentos, na tomada de decisão, e na geração de conteúdo ilegal, texto ou imagem; definição de regras para licenciamento de sistemas de IA; delimitação

de medidas de transparência e mitigação de viés; exigência de documentos de avaliação de impacto; e incentivos fiscais para empresas ligadas à inovação em relação à IA (Cantekin, 2023).

4.1.1 Contexto norte-americano

No contexto dos EUA, país onde estão localizadas as principais empresas de tecnologia do mundo, existem iniciativas no sentido de regular a inteligência artificial que variam desde leis aprovadas, a projetos em discussão ou a ordens do Governo destinadas a instituições e agências públicas (Bioni, Garrote e Gueder, 2023). Em outubro de 2023, o presidente norte-americano, Joe Biden, emitiu uma Ordem Executiva⁶⁸ com compromissos da sua administração para o desenvolvimento e utilização de IA. O documento informa que a intenção é proteger a privacidade dos norte-americanos, estabelecer padrões de segurança e proteção para IA, defender os direitos de consumidores e trabalhadores, estimular a competição e inovação, e promover condições para que o país siga na liderança mundial do desenvolvimento desse tipo de tecnologia.

O item A da seção 2 da Ordem Executiva expressa a concepção de que, para mitigar riscos no momento da utilização, é necessário que os sistemas de IA sejam avaliados e testados constantemente, de forma repetitiva e padronizada. Reconhecendo que os sistemas de IA são complexos e opacos, a gestão de Biden sinaliza que deve direcionar esforços para ações de monitoramento em relação aos sistemas em desenvolvimento e em operação. Além disso, defende o direito de o povo norte-americano conseguir identificar a proveniência dos conteúdos, nomeadamente quando são gerados por IA, delimitando como prioridade a criação de mecanismos de rotulagem para esse tipo de conteúdo.

No âmbito federal, foi enviado ao Congresso norte-americano o Projeto de Lei S. 3572⁶⁹, identificado como *Algorithmic Accountability Act of 2022*. Bioni, Garrote e Gueder (2023) mencionam que este foi o primeiro projeto de lei a nível federal com foco específico em exigir que sistemas de IA sejam submetidos a mecanismos de prestação de contas. Apresentada em fevereiro de 2022, a proposta prevê que as empresas utilizadoras de sistemas de IA elaborem estudos para a tomada de decisões críticas, avaliações e relatórios de impacto sobre os indivíduos. Em termos de definição, o projeto expressa que decisão crítica se refere a decisões sobre acesso ou custo em áreas como educação, emprego, serviços essenciais, planejamento familiar, serviços financeiros, cuidados com a saúde, habitação e serviços jurídicos. A prestação de contas deve ser apresentada para a *Federal Trade Commission (FTC)* – um órgão de proteção aos consumidores dos EUA.

Uma das exigências da *Algorithmic Accountability Act of 2022* é que as avaliações de impacto sejam passíveis de auditorias independentes e incluam elementos de participação através de feedbacks de funcionários, equipes e especialistas de tecnologia, comitês de ética,

⁶⁸ Disponível em <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/presidential-actions/2023/10/30/executive-order-on-the-safe-secure-and-trustworthy-development-and-use-of-artificial-intelligence/>

⁶⁹ Disponível em <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/3572/text>

representantes da sociedade civil e grupos impactados. Também estabelece a obrigação de que os relatórios sejam elaborados em formato acessível e legível por máquina, e prevê a necessidade de documentação detalhada dos dados utilizados para desenvolver, testar e atualizar os sistemas de IA.

Entre outras informações exigidas, estão: 1) como e quando os dados foram obtidos; 2) o tipo de dados utilizado; 3) a metodologia utilizada para a coleta dos dados; 4) como foram rotulados, categorizados, classificados e agrupados; 5) se os dados foram obtidos com autorização dos indivíduos (inclusive para uso posterior) e como essa autorização foi fornecida; 6) quais critérios definiram os dados a serem utilizados; 7) a representatividade do conjunto de dados; 8) a qualidade dos dados e como isso é mensurado.

O projeto aborda, também, um ponto específico sobre transparência e explicabilidade dos sistemas de IA, delimitando parâmetros que podem ser analisados pela entidade de fiscalização para avaliar essas duas questões. Nesse sentido, indica que devem ser levadas em conta as informações disponibilizadas aos indivíduos, tais como: os fatores utilizados pelos sistemas de IA para a tomada de decisão; de que forma a alteração destes fatores pode resultar em decisões diferentes; explicação sobre como os indivíduos podem acessar estas informações; os registros de reclamações e pedidos de correção em relação aos sistemas utilizados e às decisões tomadas; qual o processo adotado pelas empresas para reparar eventuais danos causados por decisões tomadas por sistemas de IA; e quais são as estratégias das empresas para mitigar erros.

É importante destacar que a exigência de prestação de contas é estabelecida entre as empresas que desenvolvem e implementam sistemas de IA e a entidade fiscalizadora. Inclusive, o projeto prevê que as informações relatadas para fins de avaliação não devem ser divulgadas ao público. No entanto, propõe a criação de um repositório de acesso público, sob responsabilidade da FTC, com a divulgação periódica de resumos sobre tendências, estatísticas e aprendizados obtidos a partir do trabalho de avaliação de impacto dos sistemas de IA. Pela proposta, seria este repositório que cumpriria os objetivos de informar ao público sobre a utilização de sistemas de IA e oferecer elementos para estudos sobre o tema.

Ainda na esfera federal norte-americana, em 2023 foi protocolado o Projeto de Lei H.R.3831⁷⁰ que trata especificamente sobre a divulgação de IA. A proposta exige rotulagem de todos os conteúdos gerados por meio de sistemas de IA generativa, através de uma mensagem padronizada indicando que são resultantes desse tipo de tecnologia.

Já no âmbito estadual, em abril de 2023, o Estado de Nova York aprovou a Lei 2021/144 (*NY Bias Audit*)⁷¹ que exige a realização de auditoria prévia de vies em ferramentas que automatizam

⁷⁰ Disponível em <https://www.congress.gov/bill/118th-congress/house-bill/3831/titles>

⁷¹ Disponível em <https://legistar.council.nyc.gov/LegislationDetail.aspx?ID=4344524&GUID=B051915D-A9AC-451E-81F8-6596032FA3F9>

a tomada de decisão sobre emprego. Além disso, determina que os candidatos a empregos e funcionários sejam informados sobre o uso de tais ferramentas para contratação ou promoção, bem como sobre os dados relativos a qualificações e características do cargo que a ferramenta automatizada utiliza para a tomada de decisão.

No Distrito de Columbia, está em discussão o Projeto de Lei B25-0114⁷² que visa combater a discriminação por algoritmos. O projeto pretende proibir que usuários de ferramentas para tomada de decisão automatizada utilizem critérios de elegibilidade algorítmica de forma discriminatória. O objetivo é proteger os indivíduos de algoritmos cuja tomada de decisão opere sem transparência e utilize dados pessoais protegidos. Entre as proposições, está o incentivo à transparência e *accountability* através da exigência para que as entidades informem aos indivíduos sobre como utilizam as informações pessoais em decisões algorítmicas, bem como auditem as práticas de determinação algorítmica e apresentem essas auditorias às autoridades competentes do Estado. Também está prevista a criação de uma autoridade pública de investigação e fiscalização.

Por fim, na Califórnia tramita o Projeto de Lei nº 331⁷³ que também proíbe o uso de ferramentas de tomada de decisão automatizada que resultem em discriminação algorítmica e exige a apresentação anual, por parte de quem as utiliza, de um relatório com avaliação de impactos e resumo de dados recolhidos. Além disso, exige uma declaração de finalidade da ferramenta (incluindo benefícios, usos e contexto de implementação) e estabelece que as pessoas sejam informadas sobre a utilização de algoritmos para a tomada de decisão. Prevê, ainda, a possibilidade de os indivíduos solicitarem que se sujeitos a decisões tomadas por esse tipo de ferramenta.

4.1.2 Lei de IA da União Europeia

A Comissão Europeia apresentou, em 2021, uma proposta para regulamentar a inteligência artificial dentro da Europa⁷⁴. Foi a primeira iniciativa, a nível mundial, com formulações de normas jurídicas para balizar a disponibilização comercial, a operação e a utilização desse tipo de tecnologia. O texto foi aprovado pelo Parlamento Europeu em março de 2024, e as regras devem começar a ser aplicadas a partir de 2026. De acordo com as disposições do regulamento, o objetivo é garantir que os sistemas de IA sejam confiáveis, centrados nos seres humanos, e que não coloquem em risco a democracia, os direitos fundamentais, a segurança e a saúde da população.

Segundo o texto, as regras devem ser aplicadas aos fornecedores e utilizadores de IA independentemente de estarem localizados no território da UE ou em países terceiros. Isso significa que empresas como a norte-americana OpenAI estarão sujeitas a aplicação da lei europeia ainda que não estejam sediadas em um dos 27 países do bloco. O que delimita as

⁷² Disponível em <https://lims.dccouncil.gov/Legislation/B25-0114>

⁷³ Disponível em https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=202320240AB331

⁷⁴ Disponível em <https://www.euaiact.com/>

obrigações legais, nesse sentido, não é a localização geográfica do desenvolvimento ou operação de um modelo de IA, mas sim o fato destes sistemas estarem sendo utilizados dentro do espaço da UE.

Em termos de definição, a Lei expressa que sistemas de IA são aqueles baseados em máquinas e desenvolvidos para operar de forma autônoma, com capacidade de adaptação e que, a partir de dados de entrada, têm capacidade de gerar resultados por meio de inferência (Comissão Europeia, 2024). Diante dessa concepção, é estabelecida uma abordagem baseada nos riscos que os sistemas de IA podem representar.

São definidos quatro níveis de risco: inaceitável, elevado, limitado e mínimo. São considerados sistemas de IA de risco inaceitável e, por isso, proibidos, aqueles que podem representar uma ameaça às pessoas, como os que podem exercer manipulação cognitiva-comportamental ou induzir ações perigosas, sistemas que gerem pontuação social com base em dados socioeconômicos ou características dos indivíduos, identificação biométrica e reconhecimento facial.

O nível de risco elevado abrange sistemas utilizados para a tomada de decisão em áreas como gestão de pessoas, emprego, educação, serviços jurídicos e controle de fronteiras. Também são incluídos como sistemas de risco elevado os que são utilizados em produtos como brinquedos, meios de transporte e dispositivos médicos. Para os modelos classificados neste nível, a Lei prevê a obrigação de serem avaliados antes do lançamento no mercado e durante todo o período de utilização.

Os sistemas de IA generativa, como o ChatGPT, foram incluídos neste nível de risco e os desenvolvedores ficam obrigados a cumprir regras de transparência, tais como divulgar que os conteúdos foram gerados por IA, garantir que os modelos foram desenvolvidos de modo a evitar a geração de conteúdo ilegal e publicar resumos dos dados protegidos por direitos de autor que foram utilizados para alimentar os sistemas (Comissão Europeia, 2023).

Diferente da caracterização dos outros níveis, o texto não detalha especificamente quais são os tipos de sistemas de IA considerados como de risco limitado e mínimo, referindo apenas obrigações de transparência e incentivos de autorregulação.

A Lei de IA da União Europeia inclui disposições específicas em relação à transparência e esse aspecto pode ser percebido como um princípio prioritário para a regulamentação dos sistemas. Em um documento de discussão sobre assuntos importantes para a elaboração da Lei⁷⁵, há o registro de que a transparência é compreendida sob três perspectivas: como um elemento capaz de permitir que as pessoas entendam como os sistemas de IA são desenvolvidos e utilizados; como uma forma de possibilitar a responsabilização das empresas e agentes públicos; e como

⁷⁵ Disponível em <https://www.euaiact.com/key-issue/5>

essencial para promover a confiança pública nos sistemas de IA e garantir uma implementação responsável.

De um modo geral, a proposta estabelece uma variedade de normas em relação à documentação dos sistemas de IA, principalmente registros sobre bases de dados, incluindo origem, qualidade e como são processados, resultados de testes, potenciais riscos e ações tomadas pelas empresas para solucionar os problemas. O artigo 13º, por exemplo, torna obrigatório que os sistemas de IA classificados como de alto risco sejam acompanhados por instruções de uso que contenham informações sobre a finalidade, o grau de precisão e as métricas utilizadas para testar e validar os sistemas, as formas de utilização indevida que podem gerar riscos à saúde, segurança ou direitos fundamentais, informações relevantes sobre conjuntos de dados utilizados para treinar os sistemas, as medidas de supervisão humana e as informações técnicas necessárias para garantir o funcionamento dos sistemas.

O artigo 52º, por sua vez, estabelece como obrigação dos fornecedores garantir, de forma acessível e clara, que os sistemas de IA sejam desenvolvidos com a capacidade de informar os usuários de que estão interagindo com um sistema de IA. Além disso, determina que conteúdos de áudio, vídeo, imagem e texto gerados por IA sejam rotulados com um formato legível por máquina. Prevê, também, que é dever de quem implementa um sistema de IA informar os usuários sempre que conteúdos de interesse público sejam gerados ou manipulados por IA textos com o objetivo de informar. No entanto, essa norma é flexível nos casos em que os conteúdos forem submetidos à revisão humana ou controle editorial.

4.1.3 Projeto de Lei de IA do Brasil

No Brasil, está em tramitação o Projeto de Lei (PL) nº 2338/2023⁷⁶ que propõe normas para o desenvolvimento, implementação e uso de sistemas de IA em território brasileiro. Em termos de definição, o PL 2338 expressa que sistemas de IA são aqueles que possuem algum grau de autonomia, capacidade de inferir como chegar a resultados, que utilizam aprendizado de máquina e dados de entrada para fazer previsões, produzir recomendações ou tomar decisões.

Tal como a proposta da União Europeia, o projeto brasileiro também adota uma abordagem baseada em risco e estabelece dois níveis de categorização: risco excessivo e alto risco. São considerados sistemas de risco excessivo e, por isso proibidos, aqueles que tenham o objetivo de induzir indivíduos a comportamentos prejudiciais ou que representem um risco para saúde e para a segurança, que explorem vulnerabilidades de grupos sociais e que são desenvolvidos com o objetivo de serem utilizados pelo poder público para avaliar e classificar indivíduos para acesso a políticas públicas ou a bens e serviços.

⁷⁶ Disponível em <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=9347593&ts=1708613212469&disposition=inline>

Já nos sistemas de alto risco são incluídos, entre outros, os desenvolvidos para serem utilizados em contextos de gestão de infraestrutura, acesso à educação, recrutamento e gestão de trabalhadores, avaliação de risco de endividamento, gestão de sistemas de saúde e de justiça e controle de fronteiras. Sistemas de identificação biométrica e sistemas desenvolvidos para avaliação de risco criminal (como determinar o risco de uma pessoa cometer um crime ou avaliar traços de personalidade e características de comportamento de um reincidente) também são classificados como de alto risco.

O inciso VI do artigo 3º estabelece a transparência, explicabilidade, inteligibilidade e auditabilidade como um dos princípios que devem ser respeitados para o desenvolvimento, implementação e uso de sistemas de IA. No inciso VII do artigo 18º é explicitado que um baixo grau de transparência e explicabilidade, que dificulte processos de supervisão ou controle, pode ser considerado elemento para as autoridades avaliarem e alterarem o nível de risco de um sistema.

O artigo 7º define que é um direito das pessoas afetadas por sistemas de IA receberem informações prévias sobre o caráter automatizado da interação e da decisão a que forem expostas, sobre os tipos de decisões, recomendações e previsões para as quais os sistemas foram desenvolvidos, quais as consequências da utilização, quem opera os sistemas e que medidas de governança foram adotados para desenvolver e colocar em funcionamento. O grau de intervenção humana nos sistemas, as categorias de dados pessoais acessadas para que os sistemas funcionem e as medidas de segurança e de mitigação de viés discriminatório adotadas também são consideradas. De acordo com o projeto, as informações devem ser disponibilizadas de tal modo que sejam facilmente encontradas e entendidas. O artigo 8º prevê, ainda, que pessoas afetadas por sistemas de IA têm o direito de solicitar outras informações a respeito dos critérios definidos para os sistemas e das fontes dos dados processados.

Os modelos classificados como de alto risco ficam obrigados a documentar detalhadamente o processo de desenvolvimento e o funcionamento dos sistemas, os resultados de testes, a forma como os dados são coletados, organizados e tratados, as avaliações de risco de resultados tendenciosos ou prejudiciais e os procedimentos adotados para solucionar os problemas identificados. No artigo 26º, é previsto que as conclusões das avaliações de impacto de sistemas de IA, preservadas as informações de sigilo comercial e industrial, sejam públicas e apresentem a descrição de finalidade de cada sistema, o contexto de uso e abrangência territorial e as medidas de mitigação de riscos.

4.1.4 Recomendação da UNESCO

Em novembro de 2021, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) aprovou um conjunto de recomendações sobre ética e inteligência artificial⁷⁷. Entre os objetivos expressos no documento, está a intenção de prevenir danos, promover um uso de

⁷⁷ Disponível em https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por

sistemas de IA voltado para o bem da sociedade, dos seres humanos e do meio ambiente, além de servir como um instrumento de recomendações normativas e práticas a nível global.

A recomendação está estruturada em valores como respeito, proteção e promoção dos direitos humanos e liberdades fundamentais, proteção ambiental, diversidade e inclusão e justiça social. Transparência, explicabilidade, responsabilidade e prestação de contas estão entre os princípios defendidos.

É entendimento da UNESCO que por meio da transparência se viabiliza a possibilidade de as pessoas contestarem decisões e efetivarem medidas de responsabilização. Além disso, toma a transparência como o caminho para conduzir a um amplo entendimento sobre o funcionamento dos sistemas de IA, e entende que é dever dos desenvolvedores dos sistemas de IA garantir a explicabilidade dos algoritmos. Nesse sentido, é enfatizada a necessidade de haver uma plena informação sobre quando uma decisão é resultado de um sistema de IA e quais são os procedimentos que resultam em tal decisão (UNESCO, 2021).

É recomendado o desenvolvimento de mecanismos de supervisão, avaliação de impacto, auditoria e responsabilização. O documento enfatiza a necessidade de acompanhar permanentemente o funcionamento dos algoritmos e a confiabilidade dos dados utilizados pelos sistemas em operação. Apela, também, para a proteção de dados pessoais e para o direito dos indivíduos de solicitarem a exclusão de seus dados dos sistemas de IA, e incentiva a promoção de políticas de dados abertos como uma forma de incentivar o compartilhamento seguro de dados.

O documento aborda, de forma específica, questões relacionadas com a comunicação e a informação no sentido de recomendar que sejam estabelecidos regulamentos que garantam transparência dos operadores de comunicação em relação ao uso de sistemas de IA, com destaque para a explicação sobre os critérios de recomendação e de tratamento de conteúdos. Sugere, ainda, que ações de alfabetização midiática devem ser incentivadas, tanto para combater desinformação como para proporcionar que as pessoas sejam capazes de entender como a IA funciona e quais impactos pode ter.

É possível notar que os projetos de lei e as recomendações, mesmo em diferentes contextos sociais e econômicos, compartilham um entendimento de que existem riscos associados com a inteligência artificial e, por isso, existe a necessidade de regulação e de algum tipo de controle que permita que empresas, entidades fiscalizadoras e sociedade em geral consigam monitorar e avaliar tais riscos.

4.2 Recomendações para uso de IA no jornalismo

As discussões sobre a elaboração de regras para orientar o uso de sistemas de IA especificamente no campo do jornalismo também têm ganhado terreno. Principalmente após a popularização do ChatGPT, entidades ligadas ao jornalismo têm divulgado proposições com o

objetivo de garantir um uso seguro e responsável desse tipo de tecnologia. As iniciativas abordam questões como o posicionamento das entidades frente à inteligência artificial, exigências para governos e empresas desenvolvedoras, e recomendações para os profissionais que atuam na área da comunicação.

Em agosto de 2023, um grupo formado por 31 organizações, incluindo universidades, associações de jornalismo, empresas de jornalismo e empresas do ramo editorial, divulgou um conjunto de princípios considerados fundamentais para o desenvolvimento da IA. Entre os signatários, está a Associação Nacional de Jornais (ANJ) do Brasil.

O documento elenca oito eixos centrais: propriedade intelectual, transparência, *accountability*, qualidade e integridade, justiça, segurança, design e desenvolvimento sustentável. As reivindicações sobre transparência são centradas na exigência de regulamentação que obrigue as empresas desenvolvedoras de tecnologia a manter e disponibilizar registros detalhados sobre os dados utilizadas para alimentar os sistemas, bem como as bases legais que permitem acesso aos conteúdos. Além disso, defende que os desenvolvedores de IA trabalhem em conjunto com editores para criar padrões e formatos que sejam aceitáveis por ambas as partes, e que os usuários recebam informações compreensivas sobre como os sistemas funcionam e como chegam aos resultados.

Na mesma direção, em outubro de 2023 a Associação Internacional para Pesquisa em Mídia e Comunicação (IAMCR) apresentou, na 18ª reunião do Fórum de Governança da Internet da ONU, uma declaração sobre governação de IA em que defende o desenvolvimento de sistemas de IA centrados nas pessoas, acessível a todos e que visem o bem. Entre os pontos abordados estão a defesa da explicabilidade da IA e do desenvolvimento de sistemas de código aberto. Em relação ao primeiro, o entendimento da entidade é que os cidadãos precisam ter condições para compreender e questionar as motivações para o financiamento da IA e a validade dos resultados. A explicabilidade é defendida também como um caminho para garantir que os resultados sejam legais, seguros e confiáveis. Já a defesa do desenvolvimento e priorização de sistemas de código aberto está centrada na busca pela construção de um bem comum para a sociedade em relação às informações sobre IA.

A organização internacional Repórteres sem Fronteiras (RSF), por sua vez, divulgou um documento intitulado “Carta de Paris sobre IA e Jornalismo”, resultante de um trabalho conjunto entre representantes da sociedade civil, especialistas em IA e representantes de meios de comunicação e jornalistas. Diferente das outras duas recomendações discutidas anteriormente, cujas exigências são direcionadas para empresas de tecnologias e governos, a elaboração da RSF tem como foco os profissionais do campo jornalístico. Ainda assim, em um dos pontos reforça a ideia de que as empresas desenvolvedoras de IA devem trabalhar para estabelecer acordos formais com meios de comunicação, a fim de garantir a sustentabilidade do jornalismo, respeitando direitos autorais e creditando as fontes.

A Carta de Paris defende que o uso de ferramentas de IA por jornalistas deve ser orientado pelo princípio da garantia do direito de acesso à informação confiável e de qualidade. Indica que a tomada de decisão sobre sistemas de IA e sobre os conteúdos por eles gerados deve ser centralmente realizada por humanos. Reforça que é responsabilidade dos meios de comunicação e dos seus profissionais monitorar continuamente os sistemas de IA utilizados e desativá-los a qualquer momento. Recomenda que seja priorizada a utilização de sistemas que operem de forma previsível e que podem ser facilmente explicados.

Estabelece, ainda, que qualquer uso relevante de IA na produção ou distribuição de conteúdos jornalísticos deve ser comunicado de forma clara ao público, e que os meios de comunicação devem manter registros públicos dos sistemas, com detalhes sobre finalidade, âmbito e condições de uso. A Carta desaconselha o uso de IA que possa, potencialmente, enganar o público, como no caso de conteúdos que representem de forma realista pessoas ou outros elementos do mundo real e apela para a transparência com os usuários em caso de uso de IA para personalização de conteúdos, e para que os sistemas possam ser desativados pelos usuários caso não desejem acessar conteúdos de modo filtrado.

Fica evidente a defesa da transparência nos processos de desenvolvimento e utilização de IA, com atenção para a garantia da explicabilidade e de permanente supervisão humana. É comum também a compreensão de que os públicos precisam ser informados quando estiverem diante de conteúdos resultantes de IA, e que os meios de comunicação devem ser inteiramente responsáveis pelo que é gerado.

Assim como as entidades representativas ligadas ao jornalismo, os próprios meios de comunicação estão trabalhando na elaboração de diretrizes para orientar o uso de ferramentas de IA nas redações. Dois levantamentos realizados por pesquisadores da área da comunicação (Cools & Diakopoulos, 2023; Pocino, 2023) conseguiram mapear pelo menos 21 grupos de mídia, jornais, rádios e agências, de diversas regiões do mundo, cujas diretrizes específicas sobre IA foram elaboradas e tornadas públicas. É importante notar que esses números não são absolutos e, em ambos os levantamentos, é destacado que os trabalhos estão em atualização, considerando o cenário dinâmico de mudança e na medida em que novos códigos são divulgados.

Por isso, torna-se relevante investigar quais são as abordagens e os padrões que os meios de comunicação estão estabelecendo frente aos sistemas de IA. Sobretudo em relação à transparência, há regras específicas a serem seguidas pelos jornalistas? Quais? Existe definição de procedimentos para viabilizar a transparência sobre o uso de IA? Existe um padrão sobre quais informações devem ser divulgadas ao público? As diretrizes estão alinhadas com as recomendações de entidades a nível global? Estas são algumas perguntas que, através de uma análise dos documentos já publicados, serão respondidas a seguir.

5. Metodologia

Este capítulo apresenta o desenho metodológico desta investigação, com exposição do tema, do problema, dos objetivos e das perguntas de investigação. Também são apresentados os objetos de estudo e é feita uma contextualização teórica sobre o método de análise comparativa, técnica empregada na etapa empírica, e sobre o software Iramuteq, utilizado para verificar a ocorrência de temas e de expressões no material analisado.

5.1. Tema e problema

O tema desta investigação é a transparência na incorporação de sistemas de inteligência artificial no jornalismo. O problema de pesquisa que orienta este trabalho é expresso por meio da seguinte questão: quais iniciativas estão sendo adotadas pelos meios de comunicação para garantir a transparência na utilização de IA no jornalismo? Para responder à pergunta, além da revisão de literatura, foi desenvolvida uma análise do tipo qualitativa em diretrizes de uso de IA elaboradas e publicadas por meios de comunicação brasileiros.

A escolha do tema se justifica na medida em que, conforme discutido nos capítulos dois e três, tem vindo a crescer a utilização desse tipo de tecnologia nas redações jornalísticas e, na mesma medida, crescem também as discussões sobre os limites de seu uso, bem como as vantagens e potenciais riscos associados. Direcionar o enfoque da investigação para o aspecto da transparência é uma decisão que busca dialogar com as questões de opacidade relacionadas à IA. Isso porque nem sempre é possível identificar como operam, sob quais bases de dados são treinados, como são monitorados e quais são os procedimentos estabelecidos para corrigir eventuais problemas.

Estas questões levantam preocupações do ponto de vista ético e sobre a fiabilidade dos resultados gerados por IA. A situação é ainda mais sensível no contexto do jornalismo, uma atividade fundamentada em valores como o rigor e a exatidão no tratamento de informações, e que tem enfrentado um cenário de crise econômica e de credibilidade, tal como foi discutido no primeiro capítulo.

5.2. Objetivos e perguntas de investigação

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar qual é o grau de transparência dos meios de comunicação jornalísticos em relação ao uso de sistemas de IA no processo de produção de notícias.

Os objetivos específicos são:

- O1: identificar as diretrizes estabelecidas para o uso de IA pelos jornalistas; O2: entender como os meios de comunicação informam os leitores sobre o uso de IA; O3: identificar quais ferramentas baseadas em IA são utilizadas nas rotinas jornalísticas;

O4: perceber se a incorporação da IA pelo jornalismo estabelece novas demandas de transparência sobre os processos jornalísticos.

Além da definição dos objetivos, foram estabelecidas as seguintes perguntas de investigação:

P1) Quais são os temas centrais abordados nas diretrizes de uso analisadas?

P2) Quais são as similaridades e diferenças das diretrizes analisadas?

P3) De que forma as informações disponíveis contribuem para que se perceba em quais etapas e de que forma essa tecnologia está sendo utilizada no processo jornalístico?

P4) Os meios de comunicação explicam a origem dos dados, o funcionamento dos sistemas que utilizam e quais são as empresas que fornecem a tecnologia?

5.3. Variáveis

Para cumprir com tais objetivos e responder às perguntas, foram estabelecidas seis variáveis de análise a serem aplicadas aos documentos de políticas de uso de IA.

A primeira variável é identificada como **importância da transparência** e está ancorada na discussão desenvolvida no terceiro capítulo sobre a emergência da transparência como um princípio orientador da prática jornalística, sobretudo a partir do início do século XXI e diante das transformações tecnológicas (Meier, 2009; Kovach e Rosenstiel, 2001, Karlsson, 2020).

Transparência no uso de IA para geração de conteúdo e transparência no uso de IA para personalização de conteúdo são a segunda e a terceira variáveis, respectivamente. Ambas têm ligação com a revisão teórica realizada no segundo capítulo, que permitiu perceber que os sistemas de IA já estão sendo utilizados em todas as etapas do processo jornalístico (Squirra e Carreira, 2018) e um dos pontos de atenção diz respeito a definição de quando e como informar ao público sobre isso (Beckett e Yaseen, 2023; Graefe, 2016).

As variáveis quatro e cinco se relacionam com a transparência algorítmica e com a perspectiva defendida por Diakopoulos e Koliska (2016) sobre a importância de se estabelecer um padrão viável que possibilite o escrutínio dos sistemas de IA e que permita visualizar a qualidade dos dados utilizados. Nesse sentido, a variável quatro é identificada como **transparência sobre origem dos dados** e a variável cinco é **transparência sobre algoritmos e sistemas de IA**.

Por fim, **transparência sobre responsabilidade editorial** é a variável seis e se conecta com a revisão bibliográfica que aborda a questão da importância na clareza acerca de quem toma as decisões sobre a utilização de IA e as definições que orientam a operação dos sistemas (Kent, 2015; 2019; Graefe, 2016).

Para cada variável, foi elaborada uma lista de perguntas com o intuito de guiar o percurso de investigação empírica até a obtenção dos resultados, conforme pode ser observado no quadro a seguir:

Variável	Perguntas
1) Importância da transparência	Fica explícito que o meio de comunicação considera a transparência como um motivo relevante para a divulgação das diretrizes? Explica qual é a compreensão do meio de comunicação sobre transparência?
2) Transparência no uso de IA para geração de conteúdo	Lista quais são os usos permitidos e vetados? Prevê a obrigação de rotulagem de conteúdos de texto gerados parcial ou totalmente por IA? Prevê a obrigação de rotulagem de conteúdos de imagem gerados parcial ou totalmente por IA? Prevê a obrigação de rotulagem de conteúdos de áudio gerados parcial ou totalmente por IA? Prevê a obrigação de rotulagem de conteúdos de redes sociais gerados parcial ou totalmente por IA? Define uma forma/mensagem padrão para o rótulo? Disponibiliza algum exemplo ilustrativo que permita ao público tomar conhecimento do rótulo?
3) Transparência no uso de IA para personalização de conteúdo	Informa aos leitores sobre a utilização de IA para a personalização de conteúdo? Explica como esses algoritmos funcionam para personalizar conteúdo? Explica quais são os dados recolhidos e como são tratados para a personalização? Disponibiliza uma opção para o leitor desativar a personalização?
4) Transparência sobre origem dos dados	Informa quais são as bases de dados utilizadas pelo meio de comunicação? Disponibiliza hiperlinks que possibilitam que os leitores acessem as bases de dados?
5) Transparência sobre algoritmos e	Informa quais são os sistemas de IA que os

sistemas de IA	jornalistas estão autorizados a utilizar? Informa quais são as empresas que fornecem os sistemas de IA utilizados? Prevê a obrigação de informar sobre como os algoritmos foram treinados para gerar conteúdo? Prevê a obrigação de que os jornalistas registrem os procedimentos empregados na utilização de IA? Prevê a obrigação de disponibilizar aos leitores as instruções fornecidas ao sistema de IA para gerar conteúdo? Prevê a divulgação de relatórios periódicos sobre o uso de IA pelo meio de comunicação, inclusive com a referência de eventuais problemas identificados?
6) Transparência sobre responsabilidade editorial	Identifica quais são os profissionais ou o setor responsável pelas decisões em relação aos sistemas de IA? Disponibiliza um canal direto para que leitores possam entrar em contato para tratar sobre questões relacionadas com IA (como, por exemplo, para solicitar correções ou para fornecer feedback sobre a experiência)?

Quadro 1: Variáveis e perguntas para análise
Fonte: Elaborado pela autora (2024)

5.4. Objetos de estudo

Para conduzir a etapa empírica, foram realizadas pesquisas no motor de busca do Google com o objetivo de encontrar meios de comunicação no Brasil que já tivessem divulgado diretrizes sobre o uso de IA. Considerando que a adoção dessa tecnologia é um processo em desenvolvimento, partiu-se do pressuposto que a elaboração e publicação de regras também estão em curso e, portanto, sujeitas a atualizações frequentes. Por essa razão, o trabalho de busca foi efetuado em três períodos distintos, entre os meses de janeiro e março de 2024.

Foram utilizadas as seguintes palavras-chave: “editorial sobre uso de IA jornalismo”; “diretrizes de uso de IA jornalismo”; “política de uso de IA jornalismo”; “regras para uso de IA jornalismo”. As buscas foram empreendidas nas abas “tudo” e “notícias” do Google. Como resultado, foi possível identificar cinco meios de comunicação brasileiros que já publicaram normativas sobre o tema, o que permitiu formar o *corpus* de análise. A seguir, é desenvolvida uma breve apresentação sobre cada um dos meios de comunicação.

5.4.1. Núcleo Jornalismo

O Núcleo Jornalismo é uma iniciativa jornalística nativa digital que tem como foco a cobertura de assuntos relacionados às redes sociais e à inteligência artificial. Foi criada no ano de 2020 pelos jornalistas Sérgio Spagnuolo e Alexandre Orrico, e faz parte da agência de jornalismo VOLT DATA LAB.

Além da produção de conteúdo em forma de artigos, reportagens e newsletters, o Núcleo Jornalismo também atua no desenvolvimento de ferramentas tecnológicas como *chatbots* e algoritmos de curadoria. Sua política editorial é baseada na transparência e expressa compromisso em explicar, entre outros aspectos, como as informações são apuradas, como os resultados são obtidos, como as pautas são definidas, quais códigos e dados são utilizados, e quais são as fontes de financiamento.

Em maio de 2023, o Núcleo Jornalismo tornou-se a primeira organização jornalística brasileira a publicar uma política de uso de IA. As diretrizes estão disponíveis no site do meio de comunicação, na seção “Transparência”.

5.4.2. Agência Pública

A Agência Pública foi criada no ano de 2011 e é uma agência de jornalismo investigativo independente e sem fins lucrativos. Tem como foco a produção de reportagens que investigam a administração pública brasileira, corrupção de governos e empresas privadas, questões ambientais e a violência contra grupos sociais vulneráveis.

Além das publicações no próprio site, a Pública distribui conteúdos para outros meios de comunicação, tanto no Brasil como no exterior. Uma das características da Pública é que a distribuição e republicação de seus conteúdos ocorre de forma gratuita.

A agência também possui um programa de incentivo ao jornalismo independente, com a realização de mentorias, sessões de discussão sobre jornalismo e oferecimento de bolsas para reportagens e apoio a projetos. Em termos de financiamento, baseia-se em doações de fundações privadas, patrocínio de projetos, editais e contribuição mensal de leitores.

Em outubro de 2023, a Agência Pública divulgou a sua política para uso de IA. O lançamento das diretrizes ocorreu no mesmo dia em que foi anunciado o início da operação de um sistema de IA desenvolvido para efetuar a leitura de reportagens produzidas pelo meio de comunicação. A política de uso de IA da Pública está disponível no site, na seção que inclui suas políticas de correção de erros e de privacidade.

5.4.3. Agência Tatu

A Agência Tatu de Jornalismo de Dados foi fundada no ano de 2017 por estudantes de jornalismo da Universidade Federal de Alagoas. É centrada em produzir reportagens por meio

de dados e foi a primeira iniciativa desse tipo no nordeste do Brasil. Produz conteúdos em texto, vídeo e gráficos, priorizando facilitar a visualização dos dados e a compreensão dos temas.

Além da criação de conteúdos jornalísticos, também oferece serviços de desenvolvimento de ferramentas de IA e de checagem de fatos e combate à desinformação. A Agência Tatu é pautada por uma política de transparência preza pela disponibilização de acesso, por meio de links ao final das reportagens, aos dados brutos utilizados para a realização das apurações. Em termos de sustentabilidade econômica, se baseia em programas de financiamento de projetos jornalísticos.

Em outubro de 2023, a Agência Tatu divulgou a sua política para o uso de IA em reportagens e projetos. As diretrizes podem ser acessadas por meio do menu no início do site, na aba “Sobre” que reúne informações sobre o meio de comunicação, metodologias utilizadas e as políticas de republicação, correção de erros, diversidade e transparência.

5.4.4. Revista AzMina

A Revista AzMina é um meio de comunicação jornalístico digital que tem como foco a cobertura de temas relacionados à questão de gênero e aos problemas sociais que impactam a vida de mulheres e pessoas transexuais e não binárias. Foi criada em 2015, com o objetivo de produzir conteúdo jornalístico que contribuísse para a conscientização, promoção e proteção dos direitos das mulheres.

A revista digital faz parte do Instituto AzMina, que é responsável por outros projetos jornalísticos como “Elas no Congresso”, “MonitorA” e “Mapa das Delegacias da Mulher”. Além disso, promove campanhas e palestras voltadas para o combate e enfrentamento à violência de gênero. A revista é financiada por doações de fundações e de leitores, editais e patrocínio de projetos. Desde 2023, a AzMina integra um consórcio global de veículos noticiosos comprometidos com a transparência e a credibilidade no jornalismo e passou a implementar os protocolos do The Trust Project – uma iniciativa global que desenvolveu uma série de indicadores de credibilidade para serem implementados por meios de comunicação, com o objetivo de promover transparência e impulsionar a confiança do público no jornalismo.

Em dezembro de 2023, a revista AzMina divulgou ao público sua política de uso de IA e também informou que já estava utilizando a tecnologia nos seus processos de produção jornalística. As regras estabelecidas pela revista podem ser acessadas através do menu no início da página, na aba “Quem Somos”.

5.4.5. Jornal O Estado de S. Paulo

O jornal O Estado de S. Paulo, popularmente conhecido como Estadão, é um jornal de referência brasileiro que faz parte do Grupo Estado. Foi fundado em 1875, na cidade de São Paulo, com o nome de A província de São Paulo. É um jornal impresso de circulação diária que também

produz e disponibiliza conteúdos multiplataforma. Além do site, está presente em redes sociais, rádio, aplicativos e podcasts.

Em outubro de 2023, lançou a Leia, uma ferramenta baseada em IA que tem a função de servir como assistente de leitura e guia de informações. De acordo com o jornal, a Leia foi desenvolvida com a mesma tecnologia do ChatGPT e foi treinada apenas com conteúdos produzidos pelo jornal, sem ser alimentada por outros textos disponíveis na Internet. Diferente do ChatGPT, a ferramenta foi desenvolvida para ser capaz de indicar ao usuário quais são as fontes da informação.

Um mês após o lançamento da ferramenta, o Estadão tornou-se o primeiro jornal de referência do Brasil a publicar diretrizes sobre ao uso de sistemas de IA. A política de IA está disponível na parte inferior do site do jornal, na seção “Institucional”.

5.5. Método de análise

O método de análise adotado foi o comparativo, com o intuito de identificar as características de cada um dos objetos de estudo e perceber quais semelhanças e diferenças existem entre si, bem como se há tendências ou padrões no conjunto de diretrizes no que diz respeito à transparência. O método comparativo tem expressiva ligação com as pesquisas nas áreas das ciências sociais e humanas, da economia e da política, como instrumento para analisar “as causas e os resultados concretos de determinadas políticas públicas [...], para analisar processos de mudança social, avaliação de programas, projetos, políticas públicas e sociais e na administração pública” (Vidal, 2013, p. 5).

No jornalismo, uma das linhas de investigação que aplica o método comparativo é o que se dedica a estudar as políticas de comunicação, legislações e iniciativas de regulamentação diante da emergência de novas tecnologias (Geraldês e Sousa, 2011). É um tipo de análise que possibilita observar os aspectos relacionados ao jornalismo não somente de forma individual, mas também considerando o “contexto de suas relações entre si e com as sociedades nas quais eles operam e nas quais contribuem” (Durazo, Anciaux & Guazina, 2017, p. 20).

Em termos de definição, Fachin (2006) explica que o método comparativo “consiste em investigar *coisas* ou fatos e explicá-los segundo suas semelhanças e suas diferenças. Geralmente [...] aborda duas séries ou fatos de natureza análoga [...] a fim de se destacar o que é comum em ambos” (p. 40). De acordo com Schneider e Schmitt (1998),

A comparação, enquanto momento de atividade cognitiva, pode ser considerada como inerente ao processo de construção do conhecimento nas ciências sociais. É lançado mão de um raciocínio comparativo que podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias, identificando continuidades e discontinuidades, semelhanças e diferenças, e explicitando as determinações mais gerais que regem os fenômenos sociais. (p. 1)

O método comparativo teve origem no contexto europeu do século XVIII e se desenvolveu “como forma de conhecimento mais sistematizado, no século XIX, como metodologia de comparação (concordância/diferença) de John Stuart Mill e seus discípulos Theda Skocpol e Barrington Moore, muito influenciada pelas contribuições da Antropologia e da Sociologia” (Lage, 2018, p. 64). Tal influência do campo sociológico está ligada aos estudos de autores como Karl Marx, que “trabalhou sistematicamente com o confronto entre diferentes casos históricos singulares” (Schneider e Schmitt, 1998, p. 2), e Augusto Comte, Émile Durkheim e Max Weber, que “utilizaram-se da comparação como instrumento de explicação e generalização” (idem).

De acordo com Vidal (2013), “o método comparativo não é uma simples técnica a ser aplicada em macroestudos, mas uma perspectiva para abordar problemas e fenômenos sociais, com os quais está intimamente vinculado em questões de caráter epistemológico e de procura e construção de conhecimento” (p. 8). Através do método comparativo, é possível analisar dados concretos e, a partir disso, se viabiliza a dedução de “elementos constantes, abstratos e gerais” (Fachin, 2006, p. 41).

Um dos pontos sensíveis em relação a este método é o risco de reduzir a investigação a uma descrição exaustiva do objeto de estudo e deixar em segundo plano o processo de análise e interpretação (Gerald e Sousa, 2011). Para superar esta limitação, além de um referencial teórico consistente, há uma série de operações e fases a serem seguidas na aplicação do método, desde o rigor na seleção de fenômenos, coisas ou fatos que sejam efetivamente comparáveis (Schneider e Schmitt, 1998), seguindo pela descrição dos dados, a interpretação, a justaposição, até se chegar, por fim, na comparação efetiva dos dados analisados (Lage, 2018).

Além disso, Sartori (1994) defende como fundamental que o investigador, para aplicar o método comparativo, responda às perguntas “o que comparar”, “por que comparar” e “como comparar”. Nas seções anteriores deste capítulo, buscou-se evidenciar as respostas para as duas primeiras questões. Para responder à última pergunta, isto é, “como comparar”, é necessário, portanto, colocar em evidência as estratégias utilizadas para viabilizar a análise comparativa.

Nesse sentido, esta investigação empregou a análise textual compreendida como um tipo de análise de dados que trata de materiais em formato de texto e pode ser utilizada “com a finalidade comparativa, relacional, comparando produções diferentes em função de variáveis específicas que descrevem quem produziu o texto” (Camargo & Justo, 2018, p. 8). Tal análise ocorreu em duas etapas, sendo a primeira automatizada, com a utilização do software Iramuteq, e a segunda empreendida manualmente pela investigadora, a partir da leitura das diretrizes que compõem o *corpus* e da interpretação dos conteúdos com base nas variáveis e nas perguntas pré-estabelecidas.

A análise automatizada é entendida como “aquela que está diretamente ligada às capacidades de captura, organização, interpretação e análise apoiadas por dispositivos tecnológicos e por pacotes estatísticos” (Cervi, 2018, p. 7). Com tal análise, o que se buscou foi identificar a

frequência, a coocorrência e a conexão entre palavras, recorrendo aos recursos de nuvem de palavras e análise de similitude oferecidos pelo Iramuteq. Para tanto, cada uma das diretrizes foi analisada individualmente, possibilitando verificar quais são as diferenças e semelhanças entre os conteúdos.

Iramuteq é a abreviação de *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*, e se trata de um software gratuito, baseado na linguagem python e no software R. O programa foi desenvolvido pelo pesquisador francês Pierre Ratinaud para efetuar análises estatísticas de textos (Camargo & Justo, 2013). A versão do Iramuteq utilizada neste trabalho foi a 0.7 alpha 2 2020. Em linhas gerais, o programa possibilita executar

diferentes tipos de análise de dados textuais, desde aquelas bem simples, como a lexicografia básica (cálculo de frequência de palavras), até análises multivariadas (classificação hierárquica descendente, análises de similitude). Ele organiza a distribuição do vocabulário de forma facilmente compreensível e visualmente clara (análise de similitude e nuvem de palavras). (Camargo & Justo, 2013, p. 515)

No capítulo a seguir, são discutidos os resultados da análise das diretrizes de uso de IA dos cinco meios de comunicação acima indicados, a partir da observação dos indicadores estabelecidos e com o objetivo de responder às perguntas de investigação.

6. Análise e discussão

Este capítulo apresenta e discute os resultados das análises realizadas nas diretrizes que compõem o *corpus* da investigação e que foram apresentadas no capítulo 5. A primeira seção trata da análise automatizada feita com o auxílio do software Iramuteq, e as seções seguintes resultam da análise feita manualmente com base nas variáveis explicitadas anteriormente.

6.1. Análise automatizada

A partir de uma leitura prévia dos documentos selecionados e da organização das informações no formato adequado para ser processado pelo software de análise, cada um dos arquivos foi inserido individualmente no Iramuteq com o objetivo de visualizar quais palavras mais se destacam e quais são as conexões que existem entre si.

É relevante destacar que, para garantir o processamento adequado do software, as palavras “inteligência” e “artificial” foram unidas por um traço inferior. Tal edição foi necessária para que as palavras não fossem lidas individualmente e sim como um termo. Além disso, nos casos em que “inteligência artificial” estava abreviada como “IA”, houve também edição para “inteligência_artificial”.

A partir da inserção de cada um dos documentos no Iramuteq, a primeira ação consistiu em rodar o software para que identificasse a ocorrência de palavras. Com os termos listados, o passo seguinte foi inserir o comando para a geração da chamada nuvem de palavras, que permitiu visualizar as palavras de maior destaque nos textos. Por fim, a última ação realizada no software foi o comando para a análise de similitude, que resultou em grafos que possibilitam observar como os termos se agrupam e se correlacionam.

6.1.1. Núcleo Jornalismo

Através da nuvem de palavras (Figura 1), foi possível perceber que a expressão “inteligência artificial” aparece com maior destaque e, no seu entorno, sobressaem as palavras “conteúdo”, “como”, “nunca” e “utilizar”. Estes destaques refletem o objetivo do meio de comunicação ao afirmar que “criou uma série de parâmetros (que podem ser frequentemente atualizados) para guiar o uso de IA” (Núcleo Jornalismo, 2023, s/p), apresentando uma lista de como seus jornalistas podem utilizar as ferramentas de IA e de como nunca as devem usar.

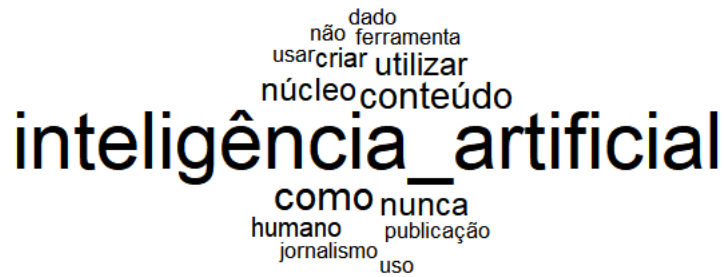


Figura 2: Nuvem de palavras Núcleo Jornalismo
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

Com base na análise de similitude, por sua vez, foi possível identificar que os termos presentes nas diretrizes do Núcleo Jornalismo se conectam por meio de três grupos principais: “inteligência artificial”, “uso” e “conteúdo”. Conforme pode ser visto abaixo (Figura 2), o termo “inteligência artificial” é o ponto de conexão entre todos os outros termos, dado o caráter central do tema na elaboração das diretrizes.

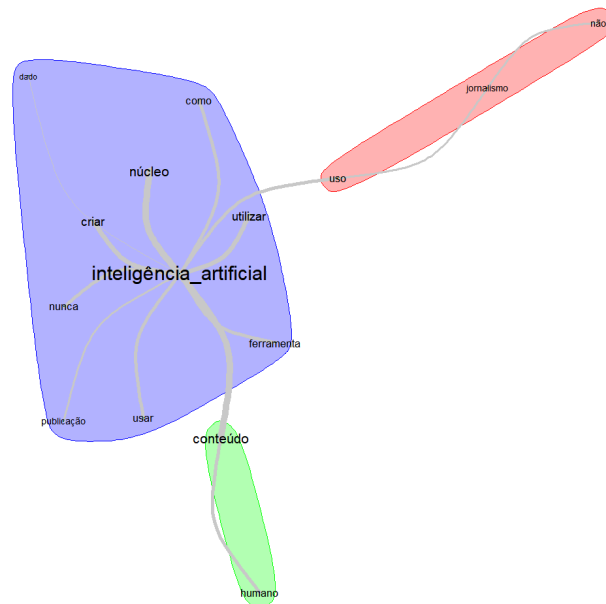


Figura 1: Análise de similitude Núcleo Jornalismo
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

A conexão de “inteligência artificial” com a palavra “ferramenta” evidencia o que é explicitado na política do Núcleo Jornalismo sobre a compreensão do que é inteligência artificial: “Para o Núcleo, produtos de inteligência artificial são ferramentas – tais como nossos laptops ou canetas – e devem ser utilizados como tal, não como substitutos a nossos profissionais” (Núcleo Jornalismo, 2023, s/p). A conexão de “inteligência artificial”, “conteúdo” e “humano” mostra que as diretrizes estabelecem uma relação permanente entre a utilização de IA para produzir conteúdos e a supervisão humana do que é produzido, conforme pode ser lido no trecho “nunca publicaremos conteúdo de IAs sem revisão humana em reportagens e notas no site” (idem).

Do outro lado, o termo central se conecta com as palavras “uso”, “jornalismo” e “não”, sendo possível interpretar que esta conexão expressa a concepção do Núcleo Jornalismo de que as

ferramentas de IA podem ser utilizadas para facilitar o trabalho jornalístico, mas não para produzirem, sozinhas, jornalismo.

6.1.2. Agência Pública

A análise automatizada das diretrizes da Agência Pública também mostra uma nuvem de palavras (Figura 3) em que o termo “inteligência artificial” está em destaque, com as palavras “como”, “ferramenta”, “uso” e “reportagem” no seu entorno. A maior expressão destes termos indica a compreensão do meio de comunicação sobre IA, vista como “uma ferramenta de apoio ao trabalho jornalístico” (Agência Pública, 2023, s/p), sinaliza a abordagem sobre como os jornalistas podem utilizar IA, quais usos são permitidos e vetados, e quais são as regras para a utilização de IA em reportagens.



Figura 3: Nuvem de palavras Agência Pública
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

Através da análise de similitude (Figura 4), é possível visualizar cinco conjuntos de termos conectados, que têm “inteligência artificial” como agrupamento central ligado a todos os outros. Na área sinalizada com a cor vermelha encontra-se o termo central que se conecta, por um lado, com os conjuntos verde e azul que indicam os usos de IA, e, na parte superior, com os conjuntos amarelo e roxo, que expressam qual é a regra geral para utilização é o que não é permitido. A palavra “reportagem”, situada no conjunto vermelho, está ligada com o termo “inteligência artificial” e, mais adiante, com o conjunto roxo que é composto pelas palavras “não” e “usado”. O que está representado nesta conexão é a regra estabelecida pela Agência Pública de que ferramentas de IA não podem ser utilizadas para gerar o produto final (a reportagem) a ser publicado, mas apenas como auxiliares de uso interno.

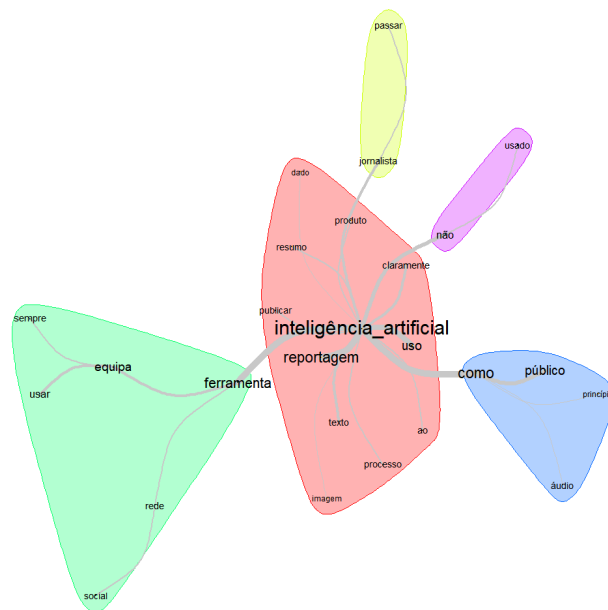


Figura 4: Análise de similitude Agência Pública
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

Ainda no conjunto central, estão presentes algumas outras palavras como “claramente” que, além de estar conectada com “inteligência artificial”, tem conexão com a palavra “ferramenta” e aponta para a regra de que, caso a Agência Pública disponibilize ferramentas de IA aos seus leitores, isto será devidamente sinalizado. Além disso, “dados”, “resumo” e “imagem” aparecem conectadas a “inteligência artificial” e se referem aos usos permitidos, seja na utilização de IA para análise de grandes bases de dados, para a geração de resumos ou de imagens com fins ilustrativos. As conexões agrupadas no conjunto sinalizado com a cor verde dizem respeito às regras relativas ao uso de IA para a produção de conteúdos para redes sociais. A ligação entre as palavras “sempre”, “usar” e “equipa” ilustra a compreensão da Agência Pública de que o uso desse tipo de tecnologia “sempre será aplicado quando ajudar nossa equipe de comunicação a ficar mais livre para desempenhar tarefas mais criativas”.

Por fim, a área azul mostra as conexões existentes com a palavra “como”, que está ligada às palavras “áudio”, “público” e “princípio”. É possível inferir que se trata de um agrupamento relacionado com as regras sobre como os produtos de áudio gerados por IA devem ser sinalizados ao público, e com os princípios que orientam a Agência Pública tanto na elaboração das diretrizes como no uso das ferramentas.

6.1.3. Agência Tatu

No caso da Agência Tatu, o termo “inteligência artificial” também aparece como destaque central, com “conteúdo”, “diverso”, “produzir” e “humano” como palavras próximas. A nuvem de palavras (Figura 5) mostra ainda “agência” e “tatu” com destaque expressivo, mas nesta análise elas são desconsideradas por se tratar do nome do meio de comunicação. É possível inferir, a partir da nuvem de palavras, que a política de IA da Agência Tatu aborda ainda questões

relacionadas ao uso da tecnologia, aos erros que podem ocorrer, à supervisão humana e sobre informar os leitores.

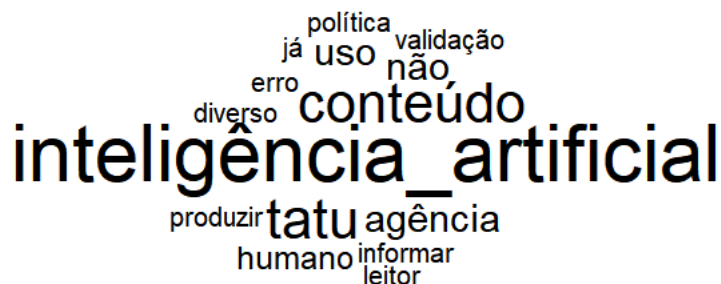


Figura 5: Nuvem de palavras Agência Tatu
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

A análise de similitude (Figura 6) mostra como os termos evidenciados na nuvem de palavras se conectam. “Inteligência artificial” está conectado com “conteúdo” e ambos, mais a frente, se conectam com “humano” e “validação” (zona verde) e “política” e “erro” (zona azul).

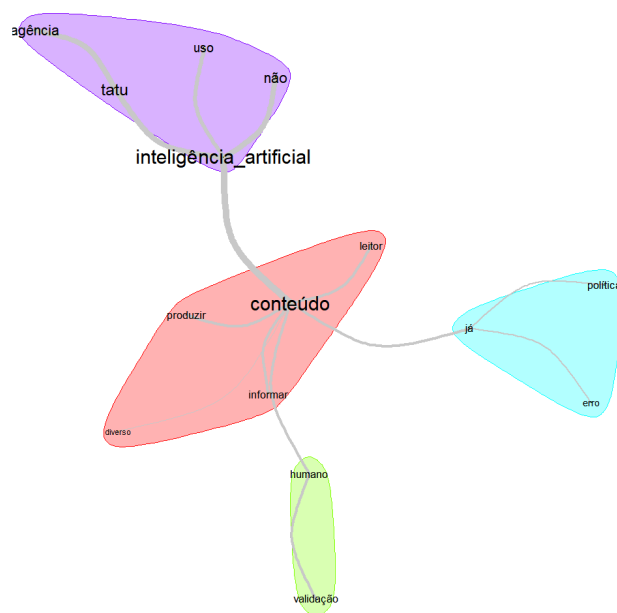


Figura 6: Análise de similitude Agência Tatu
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

“Inteligência artificial” tem ligações ainda com as palavras “uso” e “não”. E “conteúdo” tem conexões com palavras como “produzir”, “leitor”, “informar” e “diverso”. Desse modo, o que se percebe é que a política de IA da Agência Tatu aborda a utilização de IA para a produção de conteúdos diversos, que veta alguns usos, que abrange questões que envolvem informar os leitores sobre como estão utilizando IA, que os conteúdos gerados por IA devem passar por validação humana e que existe um protocolo de correção em casos de erros.

6.1.4. Revista AzMina

Nas diretrizes publicadas pela Revista AzMina, a nuvem de palavras também indica “inteligência artificial” como tema central. E assim como nas outras diretrizes analisadas acima, as palavras “conteúdo”, “ferramenta” e “uso” sobressaem, conforme pode ser visto na imagem a seguir (Figura 7).



Figura 7: Nuvem de palavras Revista AzMina
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

Por meio da análise de similitude (Figura 8), é possível perceber que a inteligência artificial é compreendida como uma ferramenta que pode ser utilizada para produção de conteúdos, de reportagens e de imagens. Também é possível inferir que as diretrizes da revista abordam a questão da limitação das ferramentas de IA, a necessidade de supervisão humana e de informação à audiência.

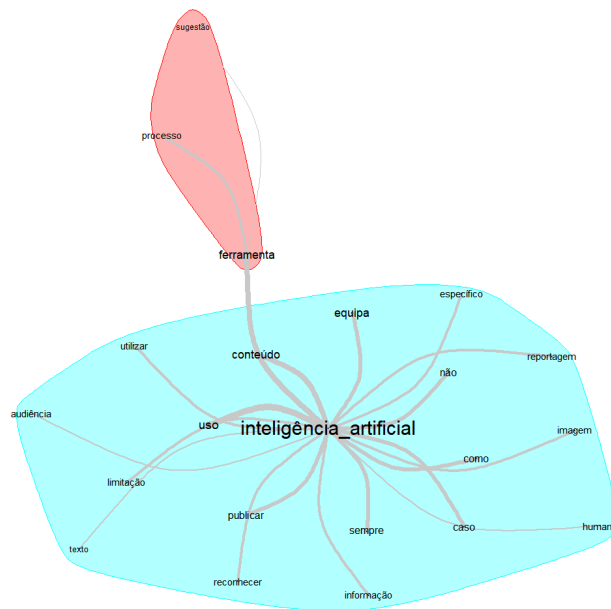


Figura 8: Análise de similitude Revista AzMina
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

A análise indica que a política da revista prevê casos específicos para o uso de IA e que as decisões sobre isso são tomadas pela equipe editorial. É um aspecto que pode ser percebido no seguinte trecho: “cabe aos seres humanos d’AzMina decidir sobre o que é relevante, original,

tem valor para a nossa audiência e está dentro das nossas diretrizes editoriais” (Revista AzMina, 2023, s/p).

Esta é a única política de uso de IA analisada que resultou em apenas dois grupos de palavras, com a maioria dos termos conectados com “inteligência artificial” e não diretamente ligados ao conjunto “ferramenta”. Tal fato permite interpretar que as diretrizes deste meio de comunicação possuem um caráter mais abrangente, fortemente centrados na questão da tecnologia, mas sem apresentar um detalhamento maior sobre questões específicas, como, por exemplo, usos proibidos. Também é possível inferir que a estrutura do documento se diferencia dos outros analisados, optando por uma exposição geral de princípios em vez de apresentar subdivisões temáticas com intenção normativa.

6.1.5. Estadão

Na análise automatizada das diretrizes de IA do Estadão é possível perceber que este se trata do documento que possui maior variedade de expressões. Ainda assim, tal como ocorre nos demais documentos, o termo “inteligência artificial” aparece em destaque, seguindo-se as palavras “ferramenta” e “conteúdo”. Na nuvem de palavras (Figura 9), “comitê”, “revisão”, “uso”, “dado” e “processo” são outras palavras que podem ser visualizadas e é possível inferir que são termos relevantes na política de IA estabelecida. Semelhante as outras diretrizes, o Estadão também compreende a inteligência artificial como uma ferramenta que os jornalistas podem utilizar para produzir conteúdos, mas que é necessária revisão humana e que existem usos vetados.



Figura 9: Nuvem de palavras Estadão

Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

Através da análise de similitude (Figura 10), é possível compreender de que forma as palavras destacadas na nuvem de palavras se relacionam. No centro da imagem, o termo “ferramenta” se conecta à esquerda com “inteligência artificial” e à direita com “conteúdo”. Na área em que “ferramenta” está inserida, assinalada com a cor roxa, se tem as conexões com as palavras “risco”, “comitê”, “previamente” e “aprovar”.

São interligações que evidenciam que o Estadão está ciente sobre os riscos que envolvem a IA e, por isso, existe um comitê responsável pela aprovação prévia das ferramentas de IA que podem ser utilizadas. As conexões ilustradas na análise automatizada estão expressas no documento por meio do seguinte trecho: “A contratação ou o uso de ferramentas, pagas ou gratuitas, para a produção de Conteúdos está restrito às ferramentas que tiverem sido previamente avaliadas e validadas pelo Comitê de IA” (Estadão, 2023, s/p).

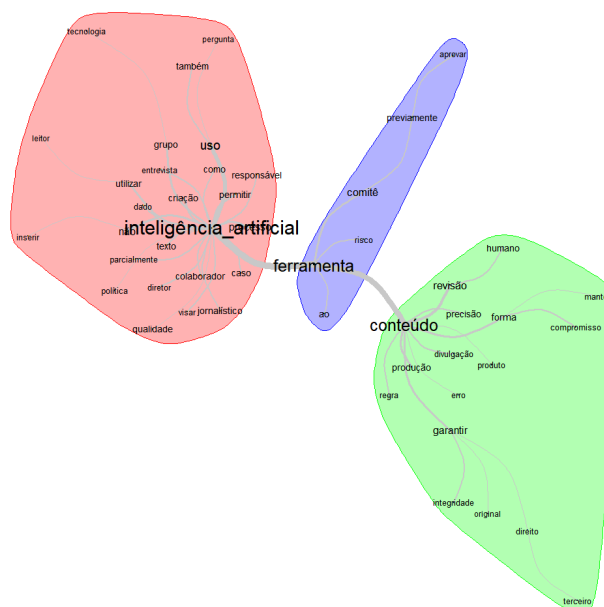


Figura 10: Análise de similaridade Estadão
Fonte: Elaborada pela autora através do software Iramuteq (2024)

Já as conexões que formam o conjunto assinalado com a cor verde têm “conteúdo” como palavra de maior destaque e esta possui três interligações principais: “revisão” e “humano”, que permite inferir a existência de regras no sentido da necessidade de supervisão humana sobre conteúdos gerados por IA; “forma”, “compromisso” e “manter”, que indicam que há preocupação em explicitar com quais valores o Estadão está comprometido; e “produção”, “garantir” e “integridade”, palavras também relacionadas com o aspecto da defesa de princípios e que tornam possível apreender que a produção de conteúdo por meio de ferramentas de IA no Estadão conserva qualidade jornalística.

Na área em vermelho estão concentradas as palavras conectadas ao termo “inteligência artificial” e as conexões fazem referência mais específica aos usos permitidos e proibidos e às pessoas responsáveis pelo processo, como “colaborador” e “diretor”. A partir destas ligações é possível inferir a existência de regras para o uso de dados e de IA na geração de textos, quer seja para entrevistas ou para elaboração de perguntas.

O modo como os agrupamentos se conectam possibilita perceber uma lógica de continuidade no documento analisado, partindo da abordagem sobre a tecnologia como ferramenta para a produção de conteúdo. A visualização do termo central “ferramenta” como conector dos outros dois grupos admite a interpretação de que a política do Estadão é fortemente baseada na

reafirmação da IA como um instrumento que deve servir ao trabalho dos jornalistas. Ainda que discuta em linhas gerais os benefícios e riscos da tecnologia, o documento tem como foco principal estabelecer as normativas práticas da operacionalização dos usos da IA.

6.1.6. Discussão comparativa

A primeira pergunta de investigação (P1), exposta no capítulo cinco, questiona: quais são os temas centrais abordados nas diretrizes de uso analisadas? Os resultados obtidos através da análise automatizada permitem responder que o tema central das diretrizes é o uso da inteligência artificial, e outros temas abordados são a questão da revisão humana, a informação aos leitores e a responsabilidade editorial.

É possível verificar que existe uma convergência na forma como os meios de comunicação compreendem a inteligência artificial. Ainda que haja diferença de ocorrência de palavras e de interligações, é unânime que todos os documentos tratam a IA como uma ferramenta que pode ser utilizada para auxiliar na produção de conteúdos, mas submetida necessariamente à supervisão humana. O tamanho das nuvens de palavras e grafos gerados pelo Iramuteq demonstram a existência de diretrizes mais detalhadas, como no caso do Estadão, e outras mais genéricas, como as da Agência Tatu.

Tal perspectiva dos meios de comunicação em relação à tecnologia de IA, demarcada em suas políticas de uso, demonstra que, nos casos analisados, o campo do jornalismo está atento à questão de delimitar fronteiras que rejeitam a ideia de robotização de uma atividade que, na sua origem, é associada a componentes humanos (Túñez López, Nogueira & Toural, 2019). Nesse sentido, é possível notar uma aproximação com o entendimento de que o uso de IA no jornalismo deve estar inserido num processo de ação de híbridos (Furtado & D'Andréa, 2017), conforme discutido no capítulo dois, onde os sistemas de IA operam de forma integrada e dependente da ação humana dos profissionais das redações.

Em geral, os grupos de palavras formados sinalizam que são três os pontos principais abordados: o posicionamento do meio de comunicação sobre a tecnologia; os usos permitidos e proibidos; e os procedimentos adotados para garantir a fiabilidade do produto final. E predominam pelo menos três estruturas diferentes nos agrupamentos gerados a partir da análise de similitude.

Uma formação mostra o termo “inteligência artificial” no centro e, a partir dele, se conectam as outras ramificações, como pode ser visto nos casos do Núcleo Jornalismo, da Agência Pública e da Revista AzMina. Outra configuração apresenta o termo “conteúdo” no centro e dele se formam as ligações, como no caso da Agência Tatu. E uma terceira estrutura, observada no jornal Estadão, tem “ferramenta” como termo central conectando os outros agrupamentos.

Tais diferenças podem ser relacionadas com o enfoque editorial de cada um dos documentos, com alguns dos meios de comunicação optando por centrar a elaboração das diretrizes a partir

da discussão geral sobre a tecnologia em questão, outro com uma abordagem direcionada a demarcar da incidência da IA na produção de conteúdos, e um terceiro que parte da delimitação expressa da IA como uma ferramenta para, com base nesta compreensão, estabelecer regras.

A variação do grau de detalhamento das diretrizes e no tipo de abordagem reflete o aspecto, discutido no segundo capítulo a partir de Diakopoulos e Koliska (2016) e Graefe (2016), de que a transparência em relação aos sistemas de IA e seus usos ainda está em uma fase inicial e, embora haja acordo sobre a necessidade de informar o público e orientar os jornalistas, ainda não há um modelo padrão sobre como isso deve ser feito. Dessa forma, o que se percebe é que os meios de comunicação analisados desenvolveram suas diretrizes com base nos acúmulos iniciais de experiências próprias, deixando em aberto a possibilidade de revisar suas regras sempre que considerarem necessário.

Apesar destas variações, as nuvens de palavras permitem visualizar semelhanças nas palavras de maior destaque, como, por exemplo, o termo “conteúdo” que aparece em evidência em quatro das cinco imagens. É possível compreender, com isso, que os meios de comunicação admitem a utilização de IA na etapa de produção jornalística e que as regras estabelecidas são direcionadas para orientar os jornalistas neste processo.

O destaque desta palavra também pode ser relacionado com o fato de que as diretrizes não nomeiam especificamente quais produtos jornalísticos estão em causa, preferindo uma abordagem mais geral que se enquadra como “conteúdo”. Exceção pode ser observada na nuvem de palavras da Agência Pública, onde a palavra “reportagem” aparece em destaque, indicando que este documento trata de maneira mais particularizada do uso de IA em um tipo específico de produto jornalístico.

A atenção na definição de regras para o uso de IA na produção de conteúdos demonstra que esta é já uma realidade nas rotinas jornalistas dos meios de comunicação analisados, alinhada à tendência global, apontada por Beckett e Yaseen (2023), de crescente incorporação desse tipo de tecnologia pelo jornalismo, sobretudo a partir da popularização de tecnologias de IA generativa como o ChatGPT. Um contexto que dialoga com a perspectiva, defendida por Squirra e Carreira (2018), de que o jornalismo se encontra em um estágio de plena tecnologização, tendo em vista a inserção recente de novas ferramentas que podem automatizar a produção dos conteúdos noticiosos.

Estas análises viabilizadas pelo software permitiram verificar, portanto, quais são os parâmetros estabelecidos pelos meios de comunicação diante da incorporação da IA nos processos jornalísticos.

6.2. Análise a partir das variáveis

Para uma avaliação mais pormenorizada, o trabalho anterior foi complementado com uma análise empreendida manualmente, e guiada pelas variáveis elaboradas com base na revisão de

literatura e apresentadas no capítulo cinco. Para a execução desta etapa, foi elaborado um quadro (Quadro 1) constituído pelas variáveis e por perguntas levantadas em cada uma das variáveis.

A partir disso, o que se buscou foi fazer uma leitura de cada uma das diretrizes, objetivando encontrar resposta afirmativa ou negativa para cada uma das perguntas. Foi possível, com isso, se ter uma visão geral sobre cada uma das diretrizes, que serviu como ponto de partida para aprofundar as leituras posteriores e a interpretação dos documentos e comparação entre si.

6.2.1. Importância da transparência

Através desta primeira variável de análise, o que se buscou foi perceber de que forma os meios de comunicação abordam a questão da transparência, assim como se foi esta uma das motivadoras para a elaboração e publicação das diretrizes de uso de IA.

Das cinco diretrizes analisadas, três mencionam a transparência nos parágrafos introdutórios dos documentos: Agência Pública, Agência Tatu e Revista AzMina. Na política do Estadão, a transparência é mencionada no item “diretrizes gerais”, no tópico identificado como “transparência com os leitores”. O Núcleo Jornalismo, por sua vez, não faz menção direta à palavra transparência.

No caso da Agência Pública, é explicitado que os seus colaboradores têm experimentado o uso de IA nos processos jornalísticos e, como uma forma de garantir a transparência, foram definidos critérios para deixar claro quais são os limites de uso das ferramentas. Fica patente que o meio de comunicação compreende que as diretrizes elaboradas cumprem um papel de informar o público tanto sobre o uso como sobre qual é a compreensão que a Agência Pública tem sobre IA no jornalismo.

A Agência Tatu, por sua vez, expressa que a transparência com o leitor é um elemento primordial na produção de conteúdos e que faz parte de sua política editorial. Dessa maneira, a divulgação dos princípios para a incorporação de IA é uma forma de seguir a sua linha editorial. Nesse sentido, é possível notar que assim como a transparência guia a produção de conteúdos, orienta também o uso de ferramentas de IA.

A Revista AzMina insere a transparência no uso de IA como um aspecto necessário diante da compreensão de que esse tipo de tecnologia tem limitações estruturais e podem impactar a vida de pessoas que compõem grupos socialmente vulneráveis. Além disso, para a revista a transparência é uma forma de possibilitar que a sua comunidade leitora se mantenha atualizada sobre como o meio de comunicação está utilizando a tecnologia.

No Estadão, a transparência não é apresentada como uma motivadora da elaboração das regras de uso de IA, mas sim como uma condição a ser cumprida para que esse tipo de tecnologia possa ser utilizado nos processos jornalísticos. O Estadão assume a transparência como um

compromisso que baliza a sua produção de conteúdo e que deve ser seguida no contexto da incorporação de IA.

6.2.2. Transparência no uso de IA para geração de conteúdo

Por meio desta variável procura-se identificar se as diretrizes explicitam de forma objetiva quais são os usos permitidos e vetados de IA para geração de conteúdos, que tipos de conteúdos podem ser produzidos com essa tecnologia e se são definidas regras para informar aos leitores sobre isso.

As diretrizes do Núcleo Jornalismo expressam que seus jornalistas estão proibidos de utilizar IA para gerar conteúdo completo, mas podem utilizar ferramentas como auxiliares para elaborar sumários de textos, sugerir melhorias na redação de parágrafos, sugerir publicações para redes sociais, e auxiliar no desenvolvimento de softwares e códigos de programação. Também é permitido que os jornalistas usem IA como ferramenta de pesquisa. O uso de IA para a produção de imagens é permitido, mas apenas em casos excepcionais, quando não for possível contar com o trabalho de designers ou fotógrafos, e apenas para a produção de ilustrações. A política do Núcleo Jornalismo estabelece que, quando algum conteúdo ou produto disponibilizado tiver sido gerado por IA, os leitores serão informados. No entanto, não indica nenhum aviso padrão ou rótulo específico.

A Agência Pública, por sua vez, estabelece a proibição do uso de IA como fonte primária de informação e para escrever reportagens. Em contrapartida, a IA pode ser utilizada por seus jornalistas como ferramenta de auxílio para a produção de reportagens, como em casos de análise de grandes bases de dados, identificação de padrões e transcrição de áudios de entrevistas. É permitido o uso da tecnologia para a geração de imagens abstratas com fins ilustrativos, para elaboração de vídeos-resumos a partir de imagens e textos já produzidos pela equipe de jornalistas e para a elaboração de textos de redes sociais. O uso de IA também é empregado na geração de áudios de leituras de reportagens feitas pela Agência Pública. Em termos de regras para informar o público sobre o uso de IA, as diretrizes indicam que reportagens feitas com apoio da IA para análise de grandes quantidades de dados serão acompanhadas de uma aba chamada “metodologia”. Os conteúdos de imagem deverão ser claramente assinalados, mas não especifica qual é o tipo de rótulo. No caso dos áudios de leituras, além de serem marcados como gerados por IA, são identificados como “Reportagens para ouvir”. Por outro lado, a política da Agência Pública dispensa a necessidade de marcar claramente os textos de redes sociais como gerados por IA.

O documento da Agência Tatu tem um item que trata dos usos proibidos e permitidos, mas não elenca especificamente quais são os usos, apenas informando em linhas gerais que ferramentas de IA podem ser utilizadas em reportagens, imagens e em códigos de programação. No que se refere à informação aos leitores nos casos de utilização de IA, não estabelece nenhum rótulo padrão, mas prevê que os conteúdos devem ser claramente marcados e os detalhes devem constar em um espaço específico dedicado à explicação da metodologia utilizada.

Nas diretrizes da Revista AzMina, há uma lista de usos permitidos: ferramentas de IA podem ser utilizadas para correção ortográfica, sugestão de títulos, sugestão de síntese de texto para redes sociais, síntese de conteúdos já produzidos por jornalistas da revista, traduções, análise de dados, transcrições de entrevistas, legendagem e auxílio no desenvolvimento de códigos de programação. O uso de IA para geração de imagens é permitido somente nos casos em que existir limitação dos bancos de imagens gratuitos, e apenas para fins ilustrativos. Não há menção a uma mensagem específica para identificar os conteúdos resultantes de IA, mas a política da revista define que tal informação deve constar na legenda (nos casos de imagens) e num campo específico chamado “metodologia” (no caso de textos).

A política de uso de IA do Estadão também elenca de forma clara os usos permitidos e proibidos de IA por seus jornalistas. Está autorizada a utilização de IA para a criação total ou parcial de conteúdos, notícias, produtos e serviços, para a elaboração de títulos, metatítulos e chamadas, para a extração e tratamento de dados oriundos de bases públicas, para a transcrição de áudios, para traduções e para aprimorar textos escritos em língua inglesa. A transcrição e tradução de áudios em línguas que não sejam a portuguesa é condicionado ao domínio do jornalista sobre o idioma original. Por outro lado, é proibido o uso de IA para geração de áudios e de imagens, sejam fotografias, vídeos ou ilustrações. Embora não proibido, é desaconselhado que os jornalistas utilizem IA como ferramenta de busca e para a elaboração de perguntas de entrevistas.

O Estadão é o único meio de comunicação analisado que define uma mensagem específica para identificar que o conteúdo foi gerado total ou parcialmente por IA. Há dois tipos de rótulos: um para acompanhar os conteúdos que passam por revisão humana e outro para acompanhar os conteúdos que foram publicados automaticamente através de IA: “Este conteúdo foi produzido com o auxílio de ferramentas de Inteligência Artificial e revisado por nossa equipe editorial. Saiba mais em nossa Política de IA (link para página)” (Estadão, 2023, s/p); e “Este conteúdo foi gerado e publicado automaticamente com uso de Inteligência Artificial. Saiba mais em nossa Política de IA (link para a página)” (idem).

6.2.3. Transparência no uso de IA para personalização

Esta variável busca identificar se as diretrizes analisadas informam quando e como o meio de comunicação utiliza os dados dos leitores associados a sistemas de IA para personalizar conteúdos. Pretende-se ainda verificar se disponibilizam ao público alguma forma de solicitar que os seus dados não sejam utilizados para este fim.

De um modo geral, a questão do uso de dados dos leitores e de IA para personalização de conteúdos não é abordada em nenhuma das diretrizes analisadas. Na política de IA do Estadão, no entanto, existe uma proibição expressa quanto a inserir, em qualquer ferramenta de IA, dados ou base de dados de propriedade do Grupo Estado, inclusive dados de clientes, colaboradores, fornecedores ou terceiros. Nesse sentido, ainda que não haja uma informação

clara sobre o tema, tal restrição possibilita inferir que o Estadão não utiliza IA para personalizar conteúdos.

6.2.4. Transparência sobre origem dos dados

Com esta variável se pretende verificar em que medida os meios de comunicação informam, ou estabelecem a necessidade de informar o público sobre as bases de dados que utilizam. Busca-se, ainda, perceber se é disponibilizada alguma forma de acesso a estas bases.

A análise das diretrizes mostra que a generalidade dos meios de comunicação não disponibiliza detalhes sobre as bases de dados que acessam e em quais delas utilizam ferramentas de IA para extração e tratamento de informações. A exceção pode ser observada na política do Estadão, cujo item 3.9 (extração e compilação de dados públicos) nomeia as bases de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), do Banco Central e do Tesouro Nacional como autorizadas a serem utilizadas por seus jornalistas.

6.2.5. Transparência sobre algoritmos e sistemas de IA

Neste caso buscou-se perceber se as diretrizes analisadas proporcionam transparência em relação aos sistemas de IA utilizados e quais são as empresas que fornecem os algoritmos aos meios de comunicação. Busca-se ainda saber se há recomendações sobre a forma como os jornalistas devem documentar os processos, explicar aos leitores como os algoritmos foram treinados e qual foi o tipo de instrução recebida para gerar os conteúdos.

No que diz respeito à transparência sobre os sistemas de IA utilizados e às empresas fornecedoras, apenas a Agência Pública os explicita nas suas diretrizes. O documento informa que os seus jornalistas utilizam o programa *Eleven Labs* para a criação de áudios de leituras das denominadas “reportagens para ouvir”, e explica ter uma parceria com a empresa *My Good Tape*, que fornece de forma gratuita uma ferramenta baseada em IA para transcrição de áudios.

Sobre o estabelecimento de regras no sentido de promover a explicabilidade algorítmica e documentação dos processos, é possível perceber que as diretrizes não abordam isso de forma clara. Agência Pública, Agência Tatu e Revista AzMina, no entanto, sinalizam que em alguns casos os jornalistas devem incluir detalhes do uso de IA em um espaço específico identificado como “metodologia”. Embora nenhuma das diretrizes especifique que informações devem ser inseridas no campo de metodologia, é possível inferir que, pelo menos em casos específicos, os jornalistas destes três meios de comunicação precisam efetuar registros dos processos de uso de IA e desenvolver algum tipo de explicação que possibilite a compreensão dos leitores.

6.2.6. Transparência sobre responsabilidade editorial

A última variável definida para orientar a análise trata da responsabilidade editorial e tem a finalidade de verificar se as diretrizes possibilitam identificar quais são os profissionais e os

setores responsáveis por tomar as decisões relativas ao uso de inteligência artificial e por avaliar os conteúdos e produtos gerados por meio desta tecnologia. Também se pretende identificar algum canal que permita aos leitores contatarem o meio de comunicação para alertar sobre erros ou dar feedbacks.

Todas as diretrizes analisadas informam com clareza que a responsabilidade sobre os conteúdos gerados por meio de IA é dos profissionais dos meios de comunicação. O Núcleo Jornalismo informa que todos os conteúdos e produtos passam por revisão humana, sem especificar, no entanto, se a revisão é feita por jornalistas, editores ou por um profissional específico. A Agência Pública informa que as revisões e finalizações são feitas pelos jornalistas responsáveis pelo conteúdo. A Agência Tatu diz que a decisão final e a revisão são responsabilidade do jornalista ou de profissional qualificado, mas não especifica qual. A Revista AzMina afirma que a responsabilidade sobre todo o conteúdo publicado é da equipe da revista. A política do Estadão, por sua vez, apresenta maior detalhamento sobre esse aspecto, informando que é dos jornalistas e editores a responsabilidade sobre a confirmação e confiabilidade dos conteúdos, e indicando que a avaliação de ferramentas de IA, a gestão de riscos, a atualização das diretrizes, a validação dos processos e o treinamento das equipes é responsabilidade do Comitê de IA. Além disso, detalha a composição do comitê, formado por profissionais das áreas de tecnologia, redação, produto, jurídica e auditoria do Grupo Estado.

Em contrapartida, nenhum dos meios de comunicação disponibiliza qualquer tipo de contato específico para o público externo acessar e enviar dúvidas ou sugestões.

6.2.7. Discussão dos resultados

Os resultados desta análise corroboram com a anterior, automatizada, e demonstram que as diretrizes de uso de IA elaboradas pelos cinco meios de comunicação possuem semelhança quanto aos tópicos que abordam e as regras que estabelecem. Foi possível perceber, de modo mais clarificado, que existem diferenças nos níveis de detalhamento das diretrizes, com algumas, por exemplo, que expressam categoricamente quais são os usos permitidos e vetados, ou quem são os profissionais responsáveis pela tomada de decisão sobre a IA, e outras que abordam essas questões de um modo mais geral.

A segunda pergunta de investigação (P2) questionava quais eram as semelhanças e as diferenças entre as diretrizes. Em termos de similaridades, além do tema central, foi possível perceber que as diretrizes possuem uma estrutura semelhante, organizadas em tópicos, e todas iniciando com uma introdução que expressa o posicionamento do meio de comunicação sobre o processo de evolução da IA, delimitando os compromissos assumidos diante da incorporação da tecnologia nas rotinas jornalísticas. No que se refere às diferenças, foi possível perceber que as diretrizes da Agência Tatu têm uma característica mais inclinada para a exposição de princípios gerais que guiam seus profissionais, enquanto as diretrizes dos outros meios de comunicação possuem um caráter mais normativo, pontuando o que é permitido e o que não é permitido.

Para além da forma, as diretrizes se assemelham na exposição da transparência como um aspecto relevante para a elaboração e publicação das regras, sendo que apenas o Núcleo Jornalismo não menciona diretamente isso como um dos motivadores. Foi possível perceber diferenças quanto a definição dos usos aceitáveis e vetados, na medida em que alguns meios de comunicação permitem o uso para geração de imagens, enquanto outros proíbem; em alguns casos é permitida a produção integral de textos e em outros isto é proibido; e algumas políticas permitem o uso de IA como ferramenta de busca enquanto outras vetam devido aos riscos que identificam relacionados a informações imprecisas e enviesadas.

Tais semelhanças e diferenças percebidas nos meios de comunicação brasileiros estão em linha com o que pode ser verificado no estudo referido no capítulo quatro, conduzido por Cools e Diakopoulos (2023), que analisou mais de 20 diretrizes de meios de comunicação em diversas regiões do globo. Entre os achados, os pesquisadores identificaram que os documentos variavam entre uma abordagem mais restritiva enquanto “outros documentos são mais exemplos de governança, onde as organizações jornalísticas estão se comprometendo com responsabilidades específicas para tornar o uso da inteligência artificial menos arriscado” (Cools & Diakopoulos, 2023, s/p).

Nessa esteira, a terceira pergunta de investigação (P3) questionava de que forma as informações disponíveis contribuem para que se perceba em quais etapas e de que forma a IA está sendo utilizada no processo jornalístico. As análises desenvolvidas possibilitaram compreender que as diretrizes cumprem um importante papel na exposição das etapas e da forma como a IA está sendo utilizada. O que foi possível notar é que a IA é usada principalmente na etapa de produção dos conteúdos, como ferramenta auxiliar para a análise de dados, para a produção de resumos, para traduções e transcrições. O Estadão é o único meio de comunicação que refere utilizar IA para publicar conteúdo automaticamente, mas apenas em casos previamente analisados e aprovados pelo comitê responsável. Assim, a partir da leitura dos documentos é possível estar informado sobre como os meios de comunicação estão utilizando a tecnologia.

Diante disso, é possível perceber que estas diretrizes de uso de IA vêm a contribuir para a promoção de um grau de abertura das organizações jornalísticas em relação aos seus processos jornalísticos e posicionamentos sobre o tema. Correspondem, assim, à ideia de transparência abordada por Becker (2022), que contribui para mostrar ao público como o trabalho destes meios de comunicação está sendo feito com a utilização de ferramentas tecnológicas, bem como serve para informar seus valores e compromissos éticos.

Além disso, a unanimidade dos meios de comunicação sobre informar claramente ao público quando um conteúdo é gerado com auxílio de ferramentas de IA dialoga tanto com as recomendações das entidades ligadas ao jornalismo, discutidas no quarto capítulo, como com a preocupação dos jornalistas, evidenciada por Beckett e Yassen (2023), de se delimitar uma linha entre o que deve e o que não deve ser tornado público no processo de produção com IA.

Por fim, a última pergunta de investigação (P4) indagava se os meios de comunicação explicam o funcionamento dos sistemas de IA que utilizam, quais são os fornecedores de tecnologia e as bases de dados que acessam. Nesse campo, apenas a Agência Pública nomeia qual sistema de IA e com qual empresa tem parceria para o fornecimento de tecnologia. E apenas o Estadão faz menção a bases de dados públicos que seus jornalistas estão autorizados a utilizar.

Em relação à explicação do funcionamento de sistemas de IA, Agência Pública, Agência Tatu e Revista AzMina evidenciam que, em certos casos, os jornalistas devem detalhar a metodologia utilizada para a elaboração dos conteúdos, mas a partir das diretrizes não é possível identificar quais são as informações que devem constar em tal campo.

Os resultados mostram que estes cinco meios de comunicação estão atentos às transformações e comprometidos em informar os seus leitores sobre os parâmetros orientadores do processo de uso de IA nas redações. Nesse sentido, as diretrizes cumprem uma função de dispositivo de transparência e é por meio delas que os meios de comunicação afirmam manter compromissos editoriais e jornalísticos sobre os conteúdos gerados por IA, tal como fazem em relação a outros aspectos relacionados com a atividade.

No entanto, a análise indica que há um desequilíbrio entre a abertura sobre os compromissos editoriais e os usos de IA, e a transparência em relação a questões sensíveis que envolvem a explicabilidade de algoritmos, a origem dos dados e a confiabilidade dos sistemas que utilizam. Esse é um aspecto que permite identificar o ponto, discutido no capítulo três a partir de Chadha e Koliska (2015), sobre os limites que ainda existem e a lacuna que se forma entre a transparência imaginada, necessária e possível, e o que é efetivamente colocado em prática. Se, por um lado, a transparência editorial (Campos-Domínguez & Redondo-García, 2015) recebe atenção significativa dos meios de comunicação, a transparência algorítmica (Diakopoulos & Koliska, 2016) e a transparência dos dados (Diakopoulos, 2014; Graefe, 2016) é inexistente ou superficialmente abordada.

Um limite que pode ser relacionado tanto com a fase inicial do processo de incorporação de IA nas rotinas jornalísticas (Diakopoulos & Koliska, 2016) como com uma postura conservadora dos tomadores de decisões no sentido de não abrir à sociedade os próprios interesses econômicos dos meios de comunicação (Lindén, 2018), tendo em vista o momento de corrida tecnológica (Lassi, 2022) que se impõe. É certo que não se pode ignorar a relevância das questões financeiras para os meios de comunicação, sobretudo em um contexto de crise econômica que desafia a sobrevivência de diversas iniciativas jornalísticas ao redor do mundo (Anderson, Bell & Shirky, 2013; Becker, 2022; Campos-Domínguez e Redondo-García, 2015; Renedo Farpón, 2021). No entanto, torna-se importante retomar a noção de que os sistemas de IA são vistos como caixas-pretas (Beckett & Yaseen, 2023) caracterizadas por um grau de opacidade que dificulta o seu escrutínio (Diakopoulos, 2015), e que a falta de explicabilidade sobre como funcionam pode levar os meios de comunicação a uma situação de vulnerabilidade quanto à fiabilidade das informações.

Apesar das limitações percebidas nas diretrizes analisadas, é possível enquadrar estes documentos numa iniciativa de transparência de dentro para fora (Meier, 2009), uma vez que lançam luz sobre as condutas internas, os procedimentos e os princípios gerais que estão orientando a incorporação da IA nas redações (Chadha & Koliska, 2015; Gehrke, 2021; Karlsson, 2010). Os casos dos meios de comunicação que preveem a explicação detalhada do uso de IA em um campo específico chamado “metodologia” sinalizam também uma disposição destes grupos para promover a transparência de divulgação (Karlsson, 2010), avançando para além da perspectiva editorial para uma abertura sobre como os conteúdos foram criados e como a IA foi utilizada para se chegar ao produto final disponibilizado ao público.

Por fim, o que é possível apreender desta análise é que os meios de comunicação compartilham uma visão comum sobre a necessidade de estabelecer fronteiras sobre o uso de IA por seus jornalistas, consideram relevante levar isso ao conhecimento dos seus públicos e julgam necessário uma abordagem transparente sobre o tema. Através das diretrizes, torna-se evidente a abordagem centrada na revisão humana e na afirmação dos valores fundamentais à prática jornalística, em que a IA é admitida como uma ferramenta de trabalho que pode servir para otimizar o trabalho, mas não para substituir profissionais.

Conclusões

O percurso teórico construído nesta investigação permitiu compreender o jornalismo enquanto uma atividade cuja história e desenvolvimento são atravessados por mudanças tecnológicas, sociais, econômicas e políticas. As transformações ocorridas no campo jornalístico, desde a prensa de Gutenberg, no distante século XV, até os mais recentes processos de automatização de geração de conteúdos, estão inseridas em uma perspectiva mais ampla de transformação da sociedade como um todo. Ao longo dos anos, as formas de comunicação, os modos de produção, as relações de trabalho e as relações com as instituições, para citar alguns, se modificaram.

Este processo contínuo foi pautado por momentos de crise, novas reconfigurações sociais e demandas que exigiram respostas rápidas. O jornalismo, como parte integrante de um sistema social em permanente transformação, foi confrontado com novos desafios de ordem econômica, com a obrigação de compreender as necessidades informativas de uma sociedade modificada e com a necessidade de acompanhar a crescente velocidade do desenvolvimento tecnológico.

Os anos finais do século XX marcaram o início de uma virada profunda nas formas de fazer e pensar o jornalismo. A chegada da Internet nas redações significou a possibilidade de jornalistas agilizarem os seus trabalhos de apuração e produção de notícias, além de ter viabilizado que os meios de comunicação pudessem criar novos produtos informativos. Ao mesmo tempo, também representou uma mudança substancial nas formas de distribuição e consumo de informações para um setor que, tradicionalmente, ergueu suas bases em um modelo de negócios no qual detinha o controle da produção e disseminação de notícias, e era fortemente sustentado por recursos resultantes da venda de espaços publicitários.

A lógica econômica que sustentou o jornalismo até meados do século passado foi colocada em causa, e os recursos, que antes iam diretamente para os meios de comunicação, passaram a ser pulverizados como consequência da plataformação (Anderson, Bell & Shirky, 2013; Nunes, 2014; Salaverría, 2015; Träsel, 2014;). Um processo que continua em evolução e que trouxe, entre outras consequências, a instabilidade profissional, o fechamento de redações e a queda na qualidade dos produtos finais.

O acesso à Internet ainda é marcado por desigualdades e existe uma parcela significativa da população mundial para a qual esta tecnologia ainda não é uma realidade, mas é difícil imaginar a sociedade atual e o jornalismo sem conexão à rede. Principalmente porque a Internet, como visto, significou uma mudança irreversível para o setor (Edo, 2009).

Num contexto em que as facilidades da Internet estão disponíveis na palma da mão, através dos dispositivos móveis, pode parecer que esta tecnologia sempre esteve disponível e que a sua incorporação nas rotinas jornalísticas se deu de forma natural e pacífica, mas não foi assim. A história evidencia que este processo não ocorreu de forma rápida, estável e homogênea. Pelo contrário, foram necessárias décadas de experiência e assimilação sobre as melhores estratégias

para construir uma presença online eficiente, e ainda hoje continuam as discussões (Bastos, 2006; Canavilhas, 2007; Mielniczuk, 2003). Da reprodução integral dos jornais impressos na Web até o momento atual, em que se discute o uso de sistemas de IA, ao jornalismo foi exigido repensar formatos, desenvolver novas linguagens e formar profissionais com novas habilidades técnicas para atuar em um novo meio caracterizado pelo fluxo contínuo de informações e por atualizações em tempo real (Deuze & Witschge, 2016). A relação com as audiências também mudou e surgiu o desafio de reafirmar o papel do jornalismo na sociedade e a importância do trabalho jornalístico para a garantia da fiabilidade da informação, num cenário em que os consumidores de informação passaram também a serem capazes de a produzir e distribuir.

O final do século XX e as primeiras décadas do século XXI, portanto, significaram uma mudança estrutural para o campo do jornalismo, e a velocidade das transformações tecnológicas contribuiu para a intensificação de uma situação de crise, mas também abriu novas possibilidades de inovação e de aperfeiçoamento dos processos produtivos. É neste contexto desafiador que a tecnologia de inteligência artificial bate à porta do jornalismo, abrindo novos debates sobre riscos, benefícios, ameaças e fronteiras éticas (Beckett & Yaseen, 2023; Diakopoulos, 2015; Dörr & Hollnbuchner, 2017; Pocino, 2021). Em um período de uma década, os meios de comunicação passaram de uma realidade de experimentação de escrita automatizada de conteúdos para a presença de sistemas de IA em todas as etapas do processo jornalístico, desde a apuração até a distribuição de notícias.

A revisão de literatura mostrou que as preocupações em relação ao uso de IA no jornalismo abrangem principalmente duas questões centrais: a primeira, da ordem da ameaça ao emprego e substituição de força humana por sistemas de IA (Ali & Hassoun, 2019; Broussard et al., 2019; Túniz López, Nogueira & Toural, 2019); a segunda, sobre os limites destes sistemas e riscos associados à opacidade sobre a forma como são desenvolvidos e como operam, gerando insegurança sobre a qualidade das informações e a reprodução de abordagens enviesadas e preconceituosas (Diakopoulos, 2014; Graefe, 2016; Pase e Pellanda, 2019)

Tais preocupações justificam-se diante dos exemplos apresentados que evidenciam casos de mau uso da tecnologia, mas também de situação que resultaram em erros de informação causados pelo mau funcionamento dos próprios sistemas ou por inconsistência nos dados de treinamento e alimentação dos algoritmos (Pocino, 2021). Em contrapartida, foi possível encontrar uma variedade de exemplos em que os sistemas de IA estão sendo incorporados com êxito nas redações, como nos casos de *chatbots* desenvolvidos para monitorar publicações em redes sociais ou para processar grandes quantidades de dados em busca de inconsistências e atos de corrupção (Essenfelder & Sant'Anna, 2022; Furtado, 2022).

Embora a tecnologia de IA não seja propriamente uma novidade, foi possível perceber que o rápido desenvolvimento e popularização de sistemas de IA generativa, observados com expressiva intensidade nos últimos dois anos, têm promovido uma mudança na qualidade dos debates sobre o assunto. Diversos setores da sociedade estão dedicando esforços para discutir a

necessidade de regulamentação da tecnologia, a importância de um desenvolvimento centrado no ser humano e nos valores que fundamentam uma sociedade democrática, e na promoção de condições para que haja uma igualdade na distribuição e no acesso a estes recursos. Atualmente, no entanto, o que se vê é que a corrida tecnológica ainda está concentrada entre algumas poucas empresas, gigantes da tecnologia, situadas no chamado norte global e, principalmente, nos Estados Unidos da América.

Um dos apelos que sobressai nesse processo é para que sejam garantidas condições de transparência sobre o desenvolvimento e os usos da IA. A discussão desenvolvida no quarto capítulo desta investigação mostrou que há uma gama de iniciativas de entidades ligadas à área jurídica que estão buscando definir regras sobre isso, sendo a lei aprovada recentemente pela União Europeia o exemplo mais robusto da atualidade. Seja nas propostas já aprovadas ou nas que ainda estão em discussão, foi possível verificar que a exigência por transparência ocupa espaço importante nas proposições. Os objetivos são que os sistemas sejam desenvolvidos com um grau relevante de explicabilidade, que sejam passíveis de escrutínio e que tanto as empresas que os desenvolvem quanto as que os utilizam se comprometam no monitoramento da operação e dos resultados, além de serem capazes de intervir de forma eficiente para mitigar erros.

Tal demanda por transparência se apresenta também ao campo do jornalismo, em uma esfera interna através das preocupações expressas pelos profissionais sobre questões como o viés algorítmico, sobre como, por quem e com quais interesses os sistemas são desenvolvidos, ou sobre a confiabilidade das fontes de informação utilizadas pelos sistemas. Mas também num âmbito externo, ligado às dúvidas sobre como e quando informar ao público sobre o uso da inteligência artificial. O referencial teórico mobilizado, principalmente nos segundo e terceiro capítulos, aponta que, diante da inteligência artificial, é imprescindível que os meios de comunicação adotem uma postura responsável frente aos dados e à automatização, esclarecendo como as decisões são tomadas, quais são os critérios editoriais estabelecidos para definir a operação dos sistemas e oferecendo ao público e aos jornalistas informações que possibilitem atestar a qualidade dos dados e dos produtos finais gerados por AI.

Foi possível perceber que ainda não existe um consenso sobre como e quando tais informações devem ser levadas ao público, mas parece haver concordância sobre a necessidade de os consumidores estarem cientes de que os conteúdos que acessam foram gerados parcial ou totalmente por IA. Na ausência de normativas legais, os meios de comunicação estão constituindo as suas próprias iniciativas de autorregulação, expressas através da publicação de diretrizes específicas que buscam cumprir um papel de guiar a incorporação da IA e proporcionar transparência aos seus públicos.

A análise comparativa desenvolvida nesta investigação possibilitou direcionar o olhar para cinco iniciativas brasileiras que vão no sentido de delimitar as fronteiras do uso de IA e de explicar ao público os seus posicionamentos sobre a tecnologia e de que forma estão trabalhando. Com base nos dados encontrados, a primeira conclusão a que se foi possível chegar foi de que tais

diretrizes cumprem um papel importante na promoção da transparência editorial, pois tem-se a visão geral sobre quais são os princípios, as ações internas e os procedimentos adotados pelos meios de comunicação para garantir a confiabilidade daquilo que produzem com o auxílio de IA.

O principal contributo das diretrizes analisadas é a possibilidade de perceber que, nestes meios de comunicação, o uso de IA está vinculado com a supervisão humana e que as decisões são tomadas por profissionais cuja atuação é balizada pelos princípios éticos e deontológicos do jornalismo. Evidenciam, também, que os meios de comunicação admitem a incorporação da IA enquanto uma ferramenta de auxílio ao trabalho dos jornalistas, mas não como sistemas que podem substituir a dimensão humana desta atividade. Estes são dois aspectos que dialogam diretamente com a questão da credibilidade jornalística, porque ressaltam o compromisso com valores jornalísticos fundamentais, como o rigor e a exatidão da informação.

O estágio inicial em que se situa a definição de regras sobre a inteligência artificial explica o fato de alguns documentos terem uma abordagem mais detalhada e normativa, enquanto outros possuem um caráter mais geral e baseado na exposição de compromissos para buscar as melhores práticas em relação à inteligência artificial. Um ponto positivo dos documentos é que todos enfatizam que suas diretrizes estão abertas à revisão e adequação sempre que for necessário e na medida em que a tecnologia for aperfeiçoada. Isto mostra que os meios de comunicação estão dispostos a acumular aprendizados com as experiências, incorporando-os em suas diretrizes.

De um modo geral, a análise das diretrizes mostrou que elas contribuem pouco ou nada para a transparência sobre os sistemas de IA utilizados e sobre as bases de dados. Com exceção da Agência Pública, que nomeia uma empresa fornecedora da tecnologia e um programa utilizado para a criação automatizada de conteúdos em áudio, nenhum outro meio de comunicação aborda essa questão. Da mesma forma, com exceção do Estadão, que elenca as bases de dados públicos às quais os jornalistas têm permissão para acessar, nenhum outro meio de comunicação torna isso público.

Dessa forma pode concluir-se que, em termos de transparência algorítmica, as diretrizes analisadas não contribuem para proporcionar abertura num dos aspectos mais sensíveis que envolvem as discussões sobre IA e que é reivindicado como fundamental para ultrapassar as barreiras da opacidade e tornar possível a abertura das caixas-pretas que são os algoritmos. Nesse sentido, é possível afirmar que esta é uma demanda em aberto para os meios de comunicação analisados e para o jornalismo como um todo.

Pouco mais de 25 anos depois da chegada da Internet às redações, o jornalismo tem novos desafios em termos de assimilação e incorporação de tecnologias. No início do século, a transparência ganhou espaço como um valor importante para reforçar a reputação e fortalecer os laços do jornalismo com as audiências. Apesar disso, existem divergências sobre o entendimento da transparência e, por vezes, é considerada como um elemento que pode resultar

em excesso de informação e causar efeito contrário, afastando o público do jornalismo (Vos & Craft, 2016). No entanto, com a emergência da inteligência artificial, a transparência adquire ainda mais relevância como um elemento imprescindível para afirmar o jornalismo face a outras formas de informação. Principalmente em um cenário de abundância informativa, torna-se importante identificar a origem e a qualidade do que é produzido e veiculado.

Mais do que isso, o jornalismo tem, na sua história, um papel relevante ao cobrar transparência dos governos e proporcionar à sociedade a tomada de conhecimento sobre as decisões e atos que impactam o seu funcionamento. A qualidade das informações é fundamental para que as pessoas sejam capazes de formar visão crítica e participar de forma qualificada dos processos democráticos. Nesse sentido, promover a transparência também sobre os seus próprios processos é um caminho para demonstrar, na prática, quais são as formas de atuação e os motivos pelos quais o público deve confiar no jornalismo e valorizá-lo enquanto atividade que contribui para viabilizar o fortalecimento das sociedades democráticas.

Propostas

Com base na discussão teórica e na análise comparativa, esta investigação apresenta um conjunto de proposições que visa contribuir para ampliar a transparência sobre a incorporação de IA nas rotinas jornalísticas. São sugestões que procuram fortalecer a credibilidade do jornalismo junto ao público e evidenciar o que diferencia o trabalho jornalístico de outros tipos de conteúdos produzidos sem qualquer compromisso com critérios como a fiabilidade ou o rigor.

Como primeira proposta, sugere-se que os meios de comunicação, ao elaborarem ou revisarem as suas diretrizes, considerem prever uma orientação no sentido de incentivar os jornalistas e demais profissionais envolvidos na produção noticiosa a documentarem, de forma detalhada, a utilização de ferramentas de IA. Sugere-se que expliquem, por meio de uma linguagem acessível ao grande público, como os algoritmos foram utilizados, quais foram os comandos inseridos para se chegar aos resultados, a que tipo de dados as ferramentas tiveram acesso – inclusive com a disponibilização de acesso, por meio de hiperlink, às bases de dados – que erros surgiram durante a produção e quais iniciativas foram tomadas para solucionar eventuais problemas.

A segunda proposição é para que os meios de comunicação incorporem às suas diretrizes um espaço específico dedicado a apresentar uma explicação sobre os principais termos técnicos e expressões que frequentemente envolvem o assunto da inteligência artificial. Podem fazê-lo usando recursos aos quais o público já está habituado, como incorporar links que direcionem para seções de explicadores ou mesmo inserir vídeos curtos com explicações simplificadas e objetivas. Questões sobre o que é inteligência artificial, quais são os principais modelos utilizados, como funcionam, e o que significa viés algorítmico são alguns exemplos de tópicos que podem ser explorados. Esta é uma forma que pode promover a literacia sobre o assunto às pessoas que não tem conhecimento técnico sobre o tema.

Disponibilizar nas diretrizes de uso de IA explicação detalhada sobre o uso dessas ferramentas para o tratamento de dados dos usuários é a terceira sugestão. Nos casos em que já houver uma política estabelecida sobre privacidade de dados, é possível linkar os dois documentos para facilitar o acesso do público. É importante considerar que as explicações devem ser simples, sendo relevante disponibilizar uma opção acessível e simplificada para que os usuários aceitem ou recusem que seus dados sejam inseridos em sistemas de IA.

Por fim, a última sugestão que compõe este conjunto de propostas diz respeito à criação e divulgação, nas diretrizes de IA dos meios de comunicação, de canais que possibilitem que o público envie feedbacks sobre suas experiências com os conteúdos e produtos gerados por IA, bem como para comunicar problemas e solicitar correções.

A elaboração de tais proposições busca suprir algumas lacunas identificadas nas diretrizes analisadas, sem desconsiderar os esforços já empregados pelos meios de comunicação e também

sem a pretensão de serem apresentadas com um caráter impositivo. O que se espera é ampliar o horizonte das possibilidades de medidas de transparência diante do avanço da IA nas redações.

Limitações e estudos futuros

Em termos de limitações desta investigação, é preciso sinalizar que a velocidade com que as transformações tecnológicas estão ocorrendo significou um desafio importante. Num período de oito meses, que compreendeu a pesquisa e escrita desta dissertação, diversas novas ferramentas foram lançadas, projetos de leis foram aprovados ou modificados, e meios de comunicação anunciaram novos produtos baseados em IA. Conduzir uma investigação em um terreno tão dinâmico de mudanças, sobre um tema cujo debate está ocorrendo em tempo real, trouxe dificuldades tanto para mapear e sistematizar iniciativas quanto para alicerçar as bases teóricas.

Outra limitação a ser considerada é o tamanho do *corpus* de análise, que pode resultar em um recorte limitado e pouco representativo da realidade. Apesar disso, é possível considerar que as cinco diretrizes analisadas permitiram visualizar tendências comuns entre os meios de comunicação, que estão alinhadas com as recomendações de entidades jornalísticas a nível internacional.

No que se refere a estudos futuros, esta pesquisa deixa em aberto a possibilidade de investigar, a partir dos conteúdos jornalísticos resultantes de sistemas de IA, como as diretrizes estão sendo colocadas em prática. Podem, ainda, ser desenvolvidos estudos sobre os profissionais do jornalismo, buscando perceber em que medida as regras estabelecidas vêm a contribuir para melhorar ou dificultar o trabalho. Outro enquadramento pode ser a forma como os públicos percebem a transparência dos meios de comunicação sobre o uso de IA.

Referências bibliográficas

- Agência Pública. (2023, Outubro). *Política de uso de inteligência artificial (IA)*. Disponível em: <https://apublica.org/politica-de-uso-de-inteligencia-artificial-ia/>
- Agência Tatu. (2023, Outubro). *Política de uso de inteligência artificial (IA)*. Disponível em: <https://www.agenciatatu.com.br/politica-de-uso-da-inteligencia-artificial-ia/>
- Alcântara, A. (2019). *A revolução na comunicação e no mercado: Da cultura oral à cibercultura*. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/alcantara-ana-2019-revolucoes-comunicacao-mercado.pdf>
- Ali, W., Hassoun, M. (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, v. 5, 40-49. <http://dx.doi.org/10.20431/2455-0043.0501004>
- Anderson, C.; Bell, E.; Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: Adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM* (5)
- Attard, J., Orlandi, F., Scerri, S., & Auer, S. (2015). A systematic review of open government data initiatives. *Government information quarterly*, 32(4), 399-418. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.07.006>
- Bahia, A.L.; Rigueira, M. (2009). *Internet como reconfiguração da prática jornalística: A editoria internacional nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e em seus respectivos portais*. Disponível em: https://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornalismo_bahia.pdf
- Barbizan, S. (2021). *Jornalismo em Vídeo Gerado por Inteligência Artificial: narrativas e credibilidade*. [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9555>
- Bastos, H. (2006). *Ciberjornalismo: Dos primórdios ao impasse*. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-dos-primordios-ao-impasse.pdf>
- Bastos, H. (2009). *Da implementação à estagnação: Os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal*. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-da-implementacao-a-estagnacao.pdf>
- Bauhr, M., & Grimes, M. (2013). Indignation or resignation: The implications of transparency for societal accountability. *Governance: An International Journal Of Policy, Administration, and Institutions*, 291-320. <https://doi.org/10.1111/gove.12033>
- Becker, D. (2022). O que é transparência no jornalismo? In R. Christofolletti (Ed.), *Transparência Jornalística: O que é e como se faz?* (pp. 07-13). Florianópolis: UFSC
- Becker, D.B., & Christofolletti, R. (2022). The trust project e a transparência percebida em três redações de referência no Brasil. *Revista De Comunicação E Linguagens*, (56). Disponível em: <https://rcl.fesh.unl.pt/index.php/rcl/article/view/198>
- Beckett, C., Yaseen, M. (2023). *Generando el cambio: Un informe global sobre qué están haciendo los medios com IA*. Disponível em: <https://www.journalism.ai/info/research/2023-generating-change>
- Bertot, J.C., Jaeger, P.T., & Grimes, M. J. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 264-271. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2010.03.001>

- Bezerra, K. (2022). Boas práticas de transparência para o jornalismo. In R. Christofolletti (Ed.), *Transparência Jornalística: O que é e como se faz?* (pp. 33-41). Florianópolis: UFSC
- Bioni, B., Garrote, M., & Guedes, P. (2023). Temas centrais na regulação de IA: O local, o regional e o global na busca da interoperabilidade regulatória. São Paulo: Associação Data Privacy Brasil de Pesquisa.
- Brennen, J. S., Howard, P. & Nielsen, R. (2018). *An Industry-Led Debate: How UK Media Cover Artificial Intelligence*. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/industry-led-debate-how-uk-media-cover-artificial-intelligence>
- Briggs, A.; Burke, P. (2006). Uma história social da mídia: De Gutenberg à Internet. Zahar
- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 673- 695. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 119–140. <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.342>
- Buiten, MC. (2019). Towards Intelligent Regulation of Artificial Intelligence. *European Journal of Risk Regulation*, 10(1), 41-59. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/journals/european-journal-of-risk-regulation/article/towards-intelligent-regulation-of-artificial-intelligence/AF1AD1940B70DB88D2B24202EE933F1B>
- Camargo, B., & Justo, A.M. (2013). Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ. Disponível em: <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>
- Camargo, B., & Justo, A.M. (2018). Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ. Disponível em: <http://iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-portugais-22-11-2018>
- Campos-Domínguez, E., & Redondo-García, M. (2015). Meta periodismo y transparencia informativa en el periodismo del siglo XXI. *OBETS. Revista De Ciencias Sociales*, 10(1), 185–209. <https://doi.org/10.14198/OBETS2015.10.1.07>
- Canavilhas, J. (2003). *WEBJORNALISMO: considerações gerais sobre jornalismo na web* [Comunicação apresentada] I Congresso Ibérico de Comunicação. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjournal.pdf>
- Canavilhas, J. (2007). Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Livros LabCom.
- Canavilhas, J. (2014). Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In Canavilhas (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 03-24). Editora Labcom.
- Canavilhas, J., Satuf, I., Luna, D., & Torres, V. (2015). Jornalistas e tecnoatores: Dois mundos, duas culturas, um objetivo. *Esféras*, (5). <https://doi.org/10.31501/esf.voi5.5690>
- Canavilhas, J., Satuf, I., de Luna, D., Torres, V., Baccin, A., & Marques, A. (2016). Jornalistas e tecnoatores: A negociação de culturas profissionais em redações on-line. *Revista FAMECOS*, 23(3), ID24292. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.3.24292>
- Canavilhas, J. (2023). Produção automática de texto jornalístico com IA: Contributo para uma história. *Textual & Visual Media*, 17(1), 22-40. <https://doi.org/10.56418/txt.17.1.2023.2>

- Canavilhas, J., & Giacomelli, F. (2023). Inteligencia artificial en el periodismo deportivo: Estudio en Brasil y Portugal. *Revista De Comunicación*, 22(1), 53–69. <https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3005>
- Canavilhas, J., & Gonçalves, A. (2023). Produção de texto automático no jornalismo desportivo português: Estudo exploratório do Prosebot/Zerozero.pt. *methados.revista de ciencias sociales*, 11(2), m231102n03. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.682>
- Cantekin, K. (2023). *Regulation of artificial intelligence around the world*. Disponível em: <https://www.loc.gov/item/2023555920>
- Carlson, M. (2015). The Robotic Reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416–431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>
- Carreira, K. (2017). Notícias automatizadas: A evolução que levou o jornalismo a ser feito por não humanos. [Dissertação de mestrado, Universidade Metodista de São Paulo]. Repositório Digital Universidade Metodista de São Paulo. <http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1671>
- Cervi, E.U. (2018). Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais online: Uma proposta metodológica. [Apresentação de trabalho]. 42º Encontro Anual da Anpocs, Caxambu, MG, Brasil. <https://bit.ly/3EVc1OM>
- Cifuentes-Faura, J. (2022). Transparency in Spanish government in times of Covid-19. *Public Integrity*, 24(7), 644–653. <https://doi.org/10.1080/10999922.2021.1958562>
- Chadha, K., & Koliska, M. (2015). Newsrooms and Transparency in the Digital Age. *Journalism Practice*, 9(2), 215–229. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.924737>
- Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. (1988). Brasília. Disponível em: https://planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm
- Cools, H., & Diakopoulos, N. (2023). *Towards Guidelines for Guidelines on the Use of Generative AI in Newsrooms*. Disponível em: <https://generative-ai-newsroom.com/towards-guidelines-for-guidelines-on-the-use-of-generative-ai-in-newsrooms-55b0c2c1d960>
- Corrêa, E. S. (2006). O jornalismo contemporâneo no Brasil: As mídias digitais como elo entre a crise e a busca de uma nova identidade. *Comunicação E Sociedade*, 9(10), 49–61. [https://doi.org/10.17231/comsoc.9\(2006\).1154](https://doi.org/10.17231/comsoc.9(2006).1154)
- Christofoletti, R. (2021). O que pensam os jornalistas brasileiros sobre a transparência das suas práticas?. *Revista FAMECOS*, 28(1), e40656. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.40656>
- Christofoletti, R. (2022). *Transparência no jornalismo: O que é e como se faz?* Florianópolis: UFSC
- Del Bianco, N. (2004). *A Internet como fator de mudança no jornalismo*. Disponível em: <http://boacc.ufp.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6 (4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Deuze, M., Witschge, T. (2016). O que o jornalismo está se tornando. *Parágrafo*, 4(2), 08–21. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478/445>
- Diakopoulos, N. (2015). *Algorithmic accountability: On the investigation of black boxes*. Disponível em:

https://www.cjr.org/tow_center_reports/algorithmic_accountability_on_the_investigation_of_black_boxes.php

Diakopoulos, N., & Koliska, M. (2016). Algorithmic transparency in the news media. *Digital Journalism*, 5(7), 809-828. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1208053>

Digilabour (2019). *Inteligência artificial no jornalismo: entrevista com Diakopoulos*. Disponível em: <https://digilabour.com.br/inteligencia-artificial-no-jornalismo-entrevista-com-diakopoulos/>

Dörr, N. (2016). Mapping the field of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 4(6), 700-722. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1096748>

Dörr, N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital Journalism*, 5(4), 404-419. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612>

Durazo Herrmann, J., Anciaux, A., & Guazina, L. (2017). Pesquisa comparativa: Jornalismo, mídia e política: Introdução. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, 6(2), 20-27. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v6.n2.2017.322>

Edo, C. (2009). *La noticia en internet: Cibermedios, blogs y entornos comunicativos emergentes*. Disponível em: <https://www.jpn.up.pt/pdf/edo-concha-internet-como-soporte-informativo.pdf>

Education Ecosystem - LEDU. (2018, setembro 14). Clearing the confusion: AI vs machine learning vs deep learning differences. Disponível em: <https://towardsdatascience.com/clearing-the-confusion-ai-vs-machine-learning-vs-deep-learning-differences-fce69b21d5eb>

European Commission. (2021). *The EU AI Act*. Disponível em: <https://www.euaiact.com/>

Essenfelder, R., Sant'Anna, E. (2022). *Inteligência Artificial Aplicada ao Jornalismo no Brasil: Experiências e Obstáculos à Adoção de Tecnologias Inteligentes*. In Canavilhas, J. et al (Eds.), *Mobilidade e inteligência artificial: os novos caminhos do jornalismo* (pp. 475-497). Editora Labcom.

Etzioni, A. (2014). The limits of transparency. *Public Administration Review*, 687-688. <https://doi.org/10.1111/puar.12276>

Etzioni, A. (2010). Is transparency the best disinfectant?. *The Journal of Political Philosophy*, 389-404. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9760.2010.00366.x>

Fachin, O. (2005). *Fundamentos de metodologia*. (5nd ed.). Saraiva.

Furtado, S., & D'Andréa (2017). Cartografando o jornalismo automatizado: redes sociotécnicas e incertezas na redação de notícias por robôs. In 5º Seminário de Pesquisa em jornalismo investigativo, São Paulo.

Furtado, S. D. (2022). *O uso da inteligência artificial nas redações jornalísticas na guerra contra a corrupção na América Latina*. In Canavilhas et. al (Eds.), *Mobilidade e inteligência artificial: os novos caminhos do jornalismo* (pp. 42-444). Editora Labcom.

Franciscato, C. (2018). *A tecnologia móvel como plataforma de inovação no jornalismo de cidades*. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/952>

Figaro, R., Silva, A. (2020). A comunicação como trabalho no Capitalismo de plataforma: O caso das mudanças no jornalismo. *Contracampo*, 39(1), 101-115.
<https://doi.org/10.22409/contracampo.v39i1.38566>

Gehrke, M. (2018). Transparência no método como valor para o jornalismo. In: 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Anais. São Paulo. Disponível em:
https://www.researchgate.net/publication/354582249_Transparencia_no_metodo_como_valor_para_o_jornalismo_SBPJor_-_Associacao_Brasileira_de_Pesquisadores_em_Jornalismo_16_Encontro_Nacional_de_Pesquisadores_em_Jornalismo_FIAM-FAAM_Anhebi_Morumbi_-Sao_Pau

Gehrke, M. (2021). *Os elementos da transparência no jornalismo guiado por dados*. [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório Digital Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Geraldes, E., & Sousa, J. (2011). O método comparativo na pesquisa de políticas de comunicação. [Comunicação apresentada]. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/r6-2782-1.pdf>

Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School. Disponível em:
<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8oG3XDJ>

Guichot, E. (2011). *Transparencia y acceso a la información pública en España: análisis y propuestas legislativas*. Madrid: Fundación Alternativas.

Heald, D. (2005). Varieties of transparency. In: Hood, C., & Heald, D. (eds.). *Transparency: The key to better governance?*. Oxford: University Press, (pp. 25-43). ISBN: 978 0 197263839.
<https://doi.org/10.5871/bacad/9780197263839.003.0002>

Helberger, N., & Diakopoulos, N. (2023). ChatGPT and the AI Act. *Internet Policy Review*, 12(1). <https://doi.org/10.14763/2023.1.1682>

Hood, C. (2007) What happens when transparency meets blame-avoidance? *Public Management Review*, 9(2), 191-210. <https://doi.org/10.1080/14719030701340275>

Hood, C. (2010). Accountability and transparency: Siamese twins, matching parts, awkward couple? *West European Politics*, 33(5), 989-1009.
<https://doi.org/10.1080/01402382.2010.486122>

IAMCR. (2023). *Statement on AI governance*. Disponível em:
<https://iamcr.org/clearinghouse/ai>

Karlsson, M. (2010). Rituals of transparency: Evaluating online news outlets' uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. *Journalism Studies*, 11(4), 535-545. <https://doi.org/10.1080/14616701003638400>

Karlsson, M. (2020). Dispersing the opacity of transparency in journalism on the appeal of different forms of transparency to the general public. *Journalism Studies*, 21(13), 1795-1814.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1790028>

Kavlakoglu, E. (2020). *NLP vs. NLU vs. NLG: The differences between three natural language processing concepts*. Disponível em: <https://www.ibm.com/blog/nlp-vs-nlu-vs-nlg-the-differences-between-three-natural-language-processing-concepts/>

Kent, T. (2015). *An ethical reality check for virtual reality journalism*.
<https://medium.com/@tjrkent/an-ethical-reality-check-for-virtual-reality-journalism-8e5230673507>

- Koliska, M. (2022). Trust and journalistic transparency online. *Journalism Studies*, 23(12), 1488-1509. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2102532>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Three Rivers Press.
- Lage, O. (2018). História comparada e método comparativo historiográfico: Problemáticas e propostas. In O. Lage (Coord.), *Alto Douro e Pico, paisagens culturais vinhateiras patrimônio mundial em perspectiva multifocal: experimentação comparada*. Disponível em: <https://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/16359.pdf>
- Lassi, A. (2022). Implicancias éticas de la inteligencia artificial: Tecnologías y producción de noticias. *In Mediaciones De La Comunicación*, 17(2). <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.2.3334>
- Latar, N. (2018). *Chapter 3 - Robot journalism*. Disponível em: https://www.worldscientific.com/doi/pdf/10.1142/9789813237346_0003
- Lei de Acesso à Informação. (2011). Presidência da República: nº 12.527. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm
- Lewis, S., Guzman, A., & Schmidt, T. (2019). Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital Journalism*, 7(4), 409-427. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>
- Licht, J. (2011). Do we really want to know? The potentially negative effect of transparency in decision making on perceived legitimacy. *Scandinavian Political Studies*, 34(3), 183-201. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9477.2011.00268.x>
- Lindén, C. (2018). Algoritmos para jornalismo: O futuro da produção de notícias. *Líbero*, nº41, 6-27. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/973>
- Linstedt, C., & Naurin, D. (2010). Transparency is not enough: Making transparency effective in reducing corruption. *International Political Science Review*, 31(3), 301-322. <http://www.jstor.org/stable/25703868>
- Lopes, F. (2011). *Jornalismo e suas crises: Um olhar sobre as questões da tecnologia, do emprego e do diploma no Brasil*. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/2970/1/CIES-WP107_Lopes.pdf
- Maia, M. R. (2008). A regra da transparência como elemento democratizador no processo da produção jornalística. *Brazilian Journalism Research*, 4(2), 132-152. <https://doi.org/10.25200/BJR.v4n2.2008.168>
- Martinho, A.P. (2023). Robôs, algoritmos e jornalistas. *Revista Jornalismo & Jornalistas*, nº 80, 14-19.
- McLuhan, M. (1990). Os meios de comunicação como extensões do homem. [São Paulo] Cultrix
- Meier, K. (2009, September 09-10). Transparency in journalism: Credibility and trustworthiness in the digital future. [Comunicação apresentada] The future of journalism, Cardiff University.
- Meijer, A. (2009). Understanding modern transparency. *International Review of Administrative Sciences*, 75(2), 255-269. Disponível em: https://transparencylab.org/Documentation/Additional%20resources/Literature/Meijer_Understanding%20modern%20transparency_2009.pdf

Michener, G., Bersch, K., & College, D. (2013). Identifying transparency. *Information Polity*, pp. 233–242. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3290813>

Mielniczuk, L. (1998). *Jornalismo online e os espaços do leitor: Um estudo de caso do NetEstado* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/130589>

Mielniczuk, L. (2003). *Jornalismo na Web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Universidade Federal da Bahia. <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/6057>

Newman, N. (2023). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2023*. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-01/Journalism_media_and_technology_trends_and_predictions_2023.pdf

News Media Alliance. (2023). *Global principles on artificial intelligence (AI)*. Disponível em: <https://www.newsmediaalliance.org/global-principles-on-artificial-intelligence-ai/>

Núcleo Jornalismo. (2023, Maio). *Política de uso de inteligência artificial*. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/politica-ia/>

Nunes, A. (2020). *O que é inovação em mídia e jornalismo?: Uma análise de Media Labs e seus projetos*. [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. <https://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/9145>

Oliveira, D. (2020). *Governo aberto: Análise de políticas públicas sob os princípios da transparência, participação e colaboração*. [Tese de doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais]. Repositório Institucional da Universidade Federal de Minas Gerais. <http://hdl.handle.net/1843/32866>

O Estado de S. Paulo. (2023). Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas, veja. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/>

Palácios, M. (2014). Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In Canavilhas (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 89-110). Editora Labcom.

Pase, A., & Pellanda, E. (2019). *Dilemas éticos do jornalismo produzido por inteligência artificial: uma perspectiva brasileira*. In Ibáñez, D., Cunha, M., Toledo, J., Pinedo, A. (Eds.), *Mobilización ciudadana, medios sociales e Internet: miradas latinoamericanas* (pp. 189-199). Cuadernos Artesanos de Comunicación

Pavlik, J. V. (2011). A tecnologia digital e o jornalismo: As implicações para a Democracia. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 94–118. <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.340>

Pavlik, J. (2014). Ubiquidade: o 7.o princípio do jornalismo na era digital. In Canavilhas (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 159-183). Editora Labcom.

Pocino, P.V. (2021). Algoritmos en las redacciones: Retos y recomendaciones para dotar a la inteligencia artificial de los valores éticos del periodismo. Consell de la Informació de Catalunya. Disponível em: https://fcic.periodistes.cat/wp-content/uploads/2022/03/algorithmes_a_les_redaccions_ESP_.pdf

- Pocino, P.V. (2023). *Guías éticas para el uso de la inteligencia artificial en el periodismo*. Disponível em: <https://www.patriciaventura.me/single-post/gu%C3%ADas-%C3%A9ticas-para-el-uso-de-la-inteligencia-artificial-en-el-periodismo>
- Prado, M. (2022). Fake News e inteligência artificial – o poder dos algoritmos na guerra da desinformação. [São Paulo] Editora Almedina.
- Prodigioso Volcán (2023). *IA para periodistas: Una herramienta por explotar*. Disponível em: https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/ia-periodistas/IA_para_periodistas_2023.pdf
- Projeto de lei nº 2338. Senado Federal. Brasil. (2023). Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>
- Renedo-Farpón, C. (2021). *Periodismo abierto: estrategias de comunicación transparentes, participativas y colaborativas*. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. Repositorio Documental Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/52119>
- Renedo-Farpón, C., Canavilhas, J., & Díez-Garrido, M. (2022). Transparency mechanisms in the media: analysis of Spain and Portugal. *Profesional De La información Information Professional*, 32(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.ene.05>
- Repórteres Sem Fronteiras. (2023). *Carta de Paris sobre IA e jornalismo*. Disponível em: <https://rsf.org/pt-br/rsf-e-16-organiza%C3%A7%C3%B5es-parceiras-lan%C3%A7am-carta-de-paris-sobre-ia-e-jornalismo>
- Revista AzMina. (2023, Dezembro). *AzMina publica política de uso de inteligência artificial*. Disponível em: <https://azmina.com.br/colunas/azmina-publica-politica-de-uso-de-inteligencia-artificial/>
- Rodrigues, C. (2013). Jornalismo e sociedade pós-industrial. *ALCEU*, 14(27), 136–148). Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/10alceu27.pdf>
- Rosen, J. (2012). The People Formerly Known as the Audience. In M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 13-16). New York, USA: New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0005>
- Rost, A. (2014). Interatividade: Definições, estudos e tendências. In Canavilhas (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 53-88). Editora Labcom
- Salaverría, R. (2014). Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In Canavilhas (org.), *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 25-51). Editora Labcom.
- Salaverría, R. (2015). Mídia e jornalistas, um futuro em comum? *Revista Parágrafo*, 3(1). Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/297/304>
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *Profesional De La información*, 28(1). Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729>
- Santos, M. F. L., & Ceron, W. (2022). *Inteligência artificial na mídia: visões atuais e projeções futuras*. In Canavilhas, J. et al (Eds.), *Mobilidade e inteligência artificial: os novos caminhos do jornalismo* (pp. 445-473). Editora Labcom.
- Sartori, G. (1994). Comparación y método comparativo. In G. Sartori, & L. Morlino (Eds), *La comparación en las ciencias sociales* (1ª ed., pp. 29-50). Alianza Editorial.

- Schneider, S., & Schimitt, C. (1998). O uso do método comparativo nas ciências sociais. *Cadernos de Sociologia*, 9, 49-97. Disponível em: <https://elizabethruano.com/wp-content/uploads/2018/08/schneider-schmitt-1998-o-uso-do-metodo-comparativo-nas-ciencias-sociais.pdf>
- Silverstone, R. (2006). *Domesticando a domesticação. Reflexões sobre a vida de um conceito*. Disponível em: <https://fabricadesites.fsh.unl.pt/polocidigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/domesticando-a-domesticacao-silverstone-reviso.pdf>
- Squirra, S. C., & Carreira, K. (2018). As inovações tecnológicas levam o jornalismo aos agentes autônomos artificiais. *Animus. Revista Interamericana De Comunicação Midiática*, 17(33). <https://doi.org/10.5902/2175497722496>
- Taborda, M. (2006). *O princípio da publicidade e a participação na administração pública*. [Tese de doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório Digital Universidade Federal do Rio Grande do Sul. <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/7472>
- Tuñes-Lopéz, M., Nogueira, A., & Toural, C. (2019). Criação das notícias e automação: robotização na Era do Big Data. In Toural, C., Coronel, G., Ferrari, P. (Orgs). 1ª Edição. [Aveiro]. Ria Editorial.
- Túñez-López, J. M., Fieiras Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impacto de la Inteligencia Artificial en el Periodismo: Transformaciones en la empresa, los productos, los contenidos y el perfil profesional. *Communication & Society*, 34(1), 177-193.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo* (2nd ed.). Quimera Editores.
- Traquina, N. (2004). A tribo jornalística: Uma comunidade transnacional. Notícias.
- Träsel, M. (2014). *Entrevistando planilhas: Estudo das crenças e do ethos de um grupo de profissionais de jornalismo guiado por dados no Brasil* [Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul]. Repositório Institucional Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. <https://repositorio.pucrs.br/dspace/handle/10923/6841>
- Ugalde, L.C. (2002). Rendición de cuentas y democracia: El caso de México (1ª eds.). Instituto Federal Electoral.
- UNESCO. (2021). *Recomendação sobre a ética da inteligência artificial*. Disponível em: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por
- Vicente, P. N., & Flores, A. M. M. (2021). *Inteligência artificial e jornalismo: temas emergentes (2015-2020)*. In Correia, J., Amaral, I. (Eds), De que falamos quando dizemos “Jornalismo”? Temas emergentes de pesquisa (pp. 175-194). Editora Labcom.
- Vidal, J. (2013). Metodologia comparativa e estudo de caso. *Papers do NEA*, paper 308. <http://dx.doi.org/10.18542/papersnaea.v22i1.11320>
- Vos, T., Craft, S. (2017). The Discursive Construction of Journalistic Transparency. *Journalism Studies*, 18(12), 1505-1522. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1135754>
- Zuccolotto, R., & Teixeira, M.A.C (2019). *Transparência: Aspectos conceituais e avanços no contexto brasileiro*. [Brasília]. Enap.