



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI
INSTITUTO INTERDISCIPLINAR DE SOCIEDADE, CULTURA E ARTES
BACHARELADO EM JORNALISMO

CLARA VITÓRIA NOGUEIRA TAVARES

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO REGIONAL: UM ESTUDO COM
VEÍCULOS NATIVOS DIGITAIS DE JUAZEIRO DO NORTE

JUAZEIRO DO NORTE

2026

CLARA VITÓRIA NOGUEIRA TAVARES

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO REGIONAL: UM ESTUDO COM
VEÍCULOS NATIVOS DIGITAIS DE JUAZEIRO DO NORTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Jornalismo da Universidade
Federal do Cariri como requisito à obtenção
do título de bacharel em Jornalismo.

Orientador: Ivan Satuf Rezende.

JUAZEIRO DO NORTE

2026

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Cariri – UFCA

T231i Tavares, Clara Vitória Nogueira.

Inteligência artificial e jornalismo regional: um estudo com veículos nativos digitais de Juazeiro do Norte/Clara Vitória Nogueira Tavares. – 2026.
73 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Artes, Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, CE, 2026.

Orientador: Prof. Me. Ivan Satuf Rezende.

1. Inteligência artificial. 2. Jornalismo regional. 3. Ética jornalística. 4. Cariri cearense.
5. Inovação no jornalismo. I. Rezende, Ivan Satuf (Orient.). II. Universidade Federal do Cariri.
III. Título.

CDD 070.43

CLARA VITÓRIA NOGUEIRA TAVARES

**INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E JORNALISMO REGIONAL: UM ESTUDO COM
VEÍCULOS NATIVOS DIGITAIS DE JUAZEIRO DO NORTE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Jornalismo da Universidade
Federal do Cariri como requisito parcial para a
obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

BANCA EXAMINADORA



Documento assinado digitalmente
IVAN SATUF REZENDE
Data: 20/03/2026 18:11:32-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Ivan Satuf Rezende
(Orientador) Universidade
Federal do Cariri (UFCA)



Documento assinado digitalmente
DIOGENES DARCE CARDOSO DE LUNA
Data: 24/03/2026 21:33:23-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Me. Diógenes D'Arce Cardoso de Luna
Universidade Federal do Cariri (UFCA)



Documento assinado digitalmente
LIGIA COELI SILVA RODRIGUES
Data: 26/03/2026 14:35:31-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof.^a Dr.^a Lígia Coeli Silva Rodrigues
Universidade Federal do Cariri (UFCA)

JUAZEIRO DO NORTE, 20 DE MARÇO DE 2026

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho a todas as pessoas que participaram deste processo comigo, a eles dedico todo meu agradecimento e amor. Este trabalho não poderia existir sem vocês. Aos meus pais, Maria Nogueira Tavares e José Wilson Tavares Gomes, que nunca e em nenhum momento me deixaram acreditar que eu não era capaz de fazer algo. Vocês são minha base e inspiração.

Ao meu amor, Nilo Aguiar, que esteve ao meu lado do início ao fim. Seu amor e cuidado foram essenciais durante esse processo. Você acompanhou e viu de perto todas as vezes que meus olhos cansados pediam arrego e cuidadosamente você falava “vamos cochilar um tico”. Obrigada meu amor.

Às minhas companheiras de curso, Ana Jafya e Evelyn Alencar. Passar três anos com vocês fez todo o processo universitário ser mais leve. A todos os trabalhos, idas à cantina e fofocas que fizemos juntas, não poderia ter encontrado pessoas melhores para compartilhar essa jornada.

Às minhas amigas Laiza Vitória, Kaylane e Lorena. Agradeço por todas as palavras de apoio e motivação que me deram, elas sustentaram o caminho até aqui.

Ao meu orientador, professor e coordenador Ivan Satuf. Sua orientação deu luz à minha pesquisa, obrigada pela dedicação e parceria. Seu nome é, e continuará sendo, uma referência para o jornalismo.

Ao Grupo de Pesquisa em Processos Jornalísticos e Inovação (PROJI) e a todos os seus participantes. Em cada reunião e leitura minha ideia de pesquisa se lapidava; escutar as falas de Ligia Coeli, Diógenes e todos os pesquisadores tornou meus pensamentos mais maduros.

Dedico este trabalho também a alguém incomum, meu cachorro Luke. Ele, que veio a falecer durante o processo de escrita deste trabalho e que por noites deitava ao meu lado na cama.

A Deus por me conceder toda sabedoria, paciência e dedicação que tanto e por tantas noites pedi. Andar com fé eu vou, que a fé não costuma falhar.

RESUMO

Esta pesquisa analisa como jornalistas de veículos nativos digitais de Juazeiro do Norte, no Cariri cearense, percebem e incorporam a inteligência artificial generativa (IAG) em suas rotinas produtivas, considerando dimensões éticas, territoriais e profissionais. O objetivo é compreender de que forma a adoção dessa tecnologia tensiona princípios históricos do jornalismo local, como checagem, transparência, responsabilidade editorial e mediação humana. Metodologicamente, adotou-se uma abordagem qualitativa, com realização de entrevistas semiestruturadas com sete profissionais atuantes em três veículos nativos digitais do município: *Miséria*, *No Cariri Tem* e *Badalo*. Os resultados indicam que a IAG é utilizada de maneira instrumental e cautelosa, sobretudo em tarefas operacionais, como organização de informações, correções textuais e transcrições. Observou-se resistência à delegação de funções autorais ou decisões criativas à tecnologia, bem como preocupação com fenômenos como “alucinações” algorítmicas, desinformação e deepfakes. Constatou-se, ainda, consenso quanto à responsabilidade final do jornalista sobre conteúdos publicados e a importância da transparência no uso da ferramenta. No contexto regional, o território emerge como capital simbólico e diferencial profissional, sendo percebido como dimensão insubstituível pela automação. Conclui-se que a incorporação da IAG no jornalismo local ocorre por meio de negociações contínuas entre inovação tecnológica e valores historicamente consolidados da profissão.

Palavras-chave: Inteligência artificial, Jornalismo regional, ética, Cariri, inovação.

ABSTRACT

This study analyzes how journalists working for digital-native news outlets in Juazeiro do Norte, located in the Cariri region of Ceará, perceive and incorporate Generative Artificial Intelligence (GAI) into their professional routines, considering ethical, territorial, and professional dimensions. The objective is to understand how the adoption of this technology challenges historical principles of local journalism, such as fact-checking, transparency, editorial responsibility, and human mediation. Methodologically, the research adopts a qualitative approach, based on semi-structured interviews conducted with seven professionals from three digital-native news organizations in the municipality: Miséria, No Cariri Tem, and Badalo. The findings indicate that GAI is used in an instrumental and cautious manner, primarily for operational tasks such as information organization, text revision, and transcription. Resistance was observed regarding the delegation of authorship-related functions or creative decision-making to technology, as well as concerns about phenomena such as algorithmic hallucinations, misinformation, and deepfakes. The study also found a consensus among participants regarding journalists' ultimate responsibility for published content and the importance of transparency in the use of these tools. In the regional context, territory emerges as a form of symbolic capital and a professional differentiator, perceived as a dimension that cannot be replaced by automation. The study concludes that the incorporation of GAI into local journalism occurs through continuous negotiations between technological innovation and the historically established values of the profession.

Keywords: Artificial Intelligence; Regional Journalism; Ethics; Cariri; Innovation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Página principal do Portal Miséria/M1.....	41
Figura 2 – Página principal do Portal No Cariri Tem.....	43
Figura 3 – Página principal do Portal Badalo.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Nativos Digitais de Juazeiro do Norte.....	38
Quadro 2 – Definição das categorias de análise.....	38
Quadro 3 – Relação de entrevistados.....	39
Quadro 4 – Relação do uso de inteligência artificial.....	48

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO 1 - JORNALISMO E TECNOLOGIA.....	11
1.1 Relação histórica.....	11
1.2 Nativos Digitais.....	15
CAPÍTULO 2 - JORNALISMO E IA.....	21
2.1 Desenvolvimento histórico.....	21
2.2 Aplicações.....	26
2.3 Aspectos éticos.....	31
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA.....	37
CAPÍTULO 4 - ANÁLISE EMPÍRICA.....	41
4.1 Perfil dos entrevistados e contexto dos veículos.....	41
4.2 A apropriação da IAG: Um mapa dos usos e experimentações no Cariri.....	45
4.3 Transparência e ética.....	50
CONCLUSÃO.....	57
REFERÊNCIAS.....	61
APÊNDICE A - Roteiro de entrevista.....	66

INTRODUÇÃO

O exercício do jornalismo nunca esteve imune às transformações tecnológicas ao longo do tempo, seja com a chegada da prensa tipográfica de Gutenberg, do telégrafo, ou do rádio, televisão e internet. Cada inovação reconfigurou, em maior ou menor medida, as formas de produção, distribuição e consumo da informação. Porém, com a evolução de sistemas e a chegada do ChatGPT, novas discussões entram no cenário comunicacional.

A possibilidade de criar textos, imagens e vídeos a partir do zero (Canavilhas, 2023) constitui um novo ponto de discussão na relação entre jornalismo e tecnologia. Diferentemente de ferramentas anteriores, voltadas predominantemente à automatização de tarefas específicas, a inteligência artificial Generativa (IAG) amplia o debate ao tensionar diretamente questões relacionadas à autoria, credibilidade, ética e responsabilidade editorial.

Em um contexto no qual o jornalismo está diretamente vinculado ao ambiente digital, é de se esperar que os veículos - sejam tradicionais ou nativos digitais - mantenham presença em diversos espaços on-line. Contudo, mesmo antes do lançamento do ChatGPT, sistemas automatizados já eram empregados em processos de distribuição, classificação e gerenciamento de conteúdo (Bell et. al, 2017). A diferença central reside no fato de que, com a IAG, a automação deixa de se restringir à organização da informação e passa a incidir sobre a própria produção textual e imagética.

Apesar de recente, a IAG emerge inegavelmente como uma ferramenta capaz de reconfigurar processos da produção jornalística. Pesquisas já indicam o crescimento exponencial da inteligência artificial no campo da comunicação e os impactos decorrentes desse avanço. Paralelamente ao discurso de inovação e eficiência produtiva, intensificam-se debates éticos acerca da confiabilidade das informações geradas, da circulação de conteúdos sintéticos e da possibilidade de produção de imagens e vídeos hiper-realistas. À medida que a tecnologia se aprimora, ampliam-se também os desafios como a desinformação, as chamadas “alucinações” algorítmicas e a preservação da credibilidade jornalística.

Os discursos sobre a inteligência artificial permanecem em constante movimento, influenciado por fatores políticos, sociais e econômicos. Como destacam Lewis et al. (2025), os jornalistas não são agentes passivos diante dessas transformações. Ao contrário, negociam continuamente a incorporação de novas tecnologias à luz dos valores que historicamente estruturam a profissão, buscando preservar sua função social e legitimidade.

Em âmbito global, pesquisas indicam que 75% das organizações jornalísticas já utilizam IA em suas rotinas produtivas (Beckett; Yaseen, 2023). No Brasil, estudos como o de Baldessar e Pinto (2023) oferecem apontamentos para a compreensão da incorporação da ferramenta em contexto nacional. A proposta é tentadora, em um cenário midiático cada vez mais automatizado e regido pela velocidade, a tecnologia se apresenta como um “aliado” para “aliviar” a sobrecarga de profissionais que atuam em estruturas cada vez mais enxutas.

A prática jornalística, contudo, é regida por valores que não se dissociam do exercício profissional, constituindo um consenso entre pesquisadores da área. No entanto, é fundamental reconhecer que as particularidades socioculturais moldam a forma como as tecnologias são recebidas e apropriadas em diferentes contextos, introduzindo mediações que escapam a qualquer generalização. É neste cenário que a presente pesquisa se situa, buscando responder à seguinte pergunta: como os jornalistas de veículos nativos digitais de Juazeiro do Norte percebem e incorporam a Inteligência Artificial Generativa em suas rotinas produtivas?

Para responder esse questionamento, o objetivo geral do estudo é analisar as percepções e os usos da IAG por esses profissionais, considerando as dimensões ética, territorial e profissional envolvidas. Como objetivos específicos, busca-se: (1) mapear as aplicações concretas da IAG nas rotinas produtivas; (2) investigar as percepções dos jornalistas sobre aspectos éticos como transparência, responsabilidade e veracidade; (3) analisar a relação entre o uso da tecnologia e as especificidades do território caririense.

Para responder a essa questão, foi realizado em um primeiro momento o mapeamento e entrevistas abertas com cinco profissionais, quatro jornalistas e um não jornalista, atuantes em seus veículos nativos digitais. A partir deste primeiro contato e da disponibilidade dos profissionais, elegeu-se como objeto empírico três veículos nativos digitais do município de Juazeiro do Norte — *Miséria/MI*, *No Cariri Tem* e *Badalo* — e os jornalistas que neles atuam. As entrevistas seguiram o modelo semiestruturado, que se mostrou o mais adequado para explorar e aprofundar as percepções dos entrevistados sobre o tema, combinando um roteiro prévio de 15 perguntas (Apêndice A). Como argumentam Boni e Quaresma (2005), esse formato de entrevista é amplamente empregado quando o intuito é restringir a quantidade de dados coletados, assegurando um foco maior na temática e permitindo intervenções diretas para que as metas estabelecidas sejam atingidas.

A relevância acadêmica deste estudo reside na singularidade de sua abordagem regional, contribuindo para a ampliação do campo de pesquisas sobre jornalismo e IA no Brasil, ainda concentrado nos grandes centros. A pesquisa busca compreender particularidades que residem na prática regional, demonstrando aspectos específicos e

fomentando novos debates e perspectivas sobre ética, formação e políticas editoriais em redações de pequeno porte localizadas em regiões afastadas dos grandes centros urbanos. Em tempos de desinformação sistêmica, compreender como os jornalistas negociam o uso de ferramentas generativas se faz essencial para compreender o desenvolvimento da profissão.

O presente trabalho está dividido em quatro capítulos, dois teóricos, um metodológico e um empírico. Cada etapa foi pensada de modo a construir, progressivamente, o arcabouço teórico, metodológico e analítico necessário à compreensão do fenômeno estudado.

O primeiro capítulo tem como objetivo situar o leitor na longa e complexa relação entre jornalismo e tecnologia, oferecendo as bases conceituais para que se possa compreender, mais adiante, a especificidade da IAG no contexto das redações. A Seção 1.1 traça um percurso diacrônico das transformações técnicas que atravessaram o campo jornalístico, da prensa de tipos móveis de Gutenberg ao telégrafo, do rádio à televisão, da internet à inteligência artificial. Mais do que uma sucessão linear de inovações, busca-se compreender, a partir de autores como Briggs e Burke (2004) e Sousa (2024), como cada nova tecnologia foi socialmente negociada, adaptada e, em alguma medida, resistida pelos profissionais e pelas instituições. O objetivo é evitar leituras deterministas, sublinhando que as ferramentas não operam no vácuo, mas são sempre apropriadas a partir de contextos históricos, culturais e econômicos específicos.

A Seção 1.2 aprofunda o olhar sobre um objeto central da pesquisa: os veículos que nasceram e se constituíram no ambiente digital. A partir de autores como Lenzi (2020), García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero (2020) e Figaro e Nonato (2017), discute-se o que caracteriza essas iniciativas, suas linguagens, rotinas e modelos de negócio. Aborda-se, ainda, a tensão entre inovação e precariedade que marca o cotidiano dessas redações. Um tema que atravessa toda a análise empírica.

O Capítulo 2 é dividido em duas seções, a primeira recupera a trajetória da IA muito antes do *hype* recente em torno do ChatGPT. Autores como Bell et. al (2017), Diakopoulos (2019) e Cruz e Santaella (2024) são mobilizados para mostrar como sistemas automatizados já atuavam nas redações — na distribuição de conteúdo, na curadoria algorítmica, na produção de relatórios padronizados —, reconfigurando silenciosamente as rotinas muito antes que o grande público se desse conta.

A Seção 2.2 mapeia os usos da IAG no jornalismo contemporâneo, tanto em contexto internacional quanto nacional. A partir de estudos como os de Beckett e Yaseen (2023), Baldessar e Pinto (2023) e Paulino e Cabral (2025), são identificadas as principais finalidades da ferramenta: apoio à redação, otimização de tarefas operacionais, geração de imagens,

análise de dados e estratégias de SEO. Discute-se, ainda, o conceito de “semiótica dos prompts” (Cruz; Santaella, 2024) como nova competência exigida dos profissionais.

A Seção 2.3 é talvez a mais sensível para os fins desta pesquisa. Nela, são problematizados os dilemas que emergem com a adoção da IAG: a confiabilidade das informações geradas (e o fenômeno das “alucinações” algorítmicas), a transparência quanto ao uso da ferramenta, a responsabilidade editorial em caso de erro, os vieses embutidos nos modelos de linguagem e a ameaça representada pelos *deepfakes*. Autores como Coeckelbergh (2023), Canavilhas e Biolchi (2024) e Lewis et al. (2025) fornecem as lentes para pensar a ética não como um conjunto de normas abstratas, mas como negociação contínua entre valores profissionais e pressões tecnológicas.

No Capítulo 3 é descrito o percurso metodológico da investigação: a opção pela abordagem qualitativa, o mapeamento dos três veículos nativos digitais de Juazeiro do Norte, a técnica de amostragem em bola de neve que permitiu acessar os sete jornalistas entrevistados e a realização de entrevistas semiestruturadas organizadas em três blocos temáticos. Explicita-se, ainda, o processo de transcrição e análise dos dados à luz das categorias definidas no referencial teórico.

O quarto capítulo apresenta a análise empírica, organizada em três seções. A primeira traça o perfil dos veículos e dos jornalistas, evidenciando as tensões entre discurso inovador e precariedade operacional. A segunda mapeia os usos concretos da IAG nas rotinas produtivas. A terceira discute as percepções éticas dos profissionais, abordando transparência, responsabilidade, território e os desafios impostos pela tecnologia ao jornalismo regional.

CAPÍTULO 1 - JORNALISMO E TECNOLOGIA

1.1 Relação histórica

A história do jornalismo não se constrói apenas na mudança de narrativas e pautas, mas pelo crônico surgimento de novas técnicas e tecnologias que contribuíram para a redefinição de suas práticas e rotinas. Nesse sentido, como afirmam Briggs e Burke (2004), a mídia precisa ser vista como um sistema em contínua mudança, no qual elementos diversos desempenham papéis de maior ou menor destaque.

Antes de adentrar nos processos que atravessam o jornalismo, cabe discutir brevemente a tecnologia em si. Saad (1994) afirma que a palavra tecnologia está incorporada no nosso cotidiano.

As ações de uma pessoa, das mais simples às complexas, estão permeadas de "tecnologia": acessar o saldo bancário por telefone, reproduzir um texto com rapidez e qualidade, encher o tanque do automóvel. Enfim, podemos identificar sempre nessas ações algum desenvolvimento, alguma evolução do conhecimento humano, que veio nos facilitar a vida (Saad, 1994, p.17).

Ainda assim, Pinto (2005) compreende a tecnologia como um sistema dotado de intenções sociais e políticas que inevitavelmente transporta um conteúdo ideológico, que consiste numa determinada concepção do significado e do valor das ações humanas, das relações sociais e do modo de realização do trabalho. Nessa perspectiva, é possível compreender que as transformações do jornalismo não ocorrem numa sucessão linear de aprimoramentos de tecnologias, mas em contextos marcados por disputas.

Os processos de inovação e técnica sempre estiveram presentes e perpassam a história da humanidade, dos registros pictóricos nas cavernas e dos hieróglifos até a invenção da escrita. Um marco para a sucessão de revoluções do campo foi a prensa de tipos móveis, criada no século XV pelo alemão Johann Gutenberg de Mainz. Apesar da impressão ter se espalhado rapidamente sobre o território europeu, lugares como a Rússia tardaram a receber essa tecnologia, visto que “essa revolução precisava ter condições sociais e culturais favoráveis para se disseminar” (Briggs e Burke, 2004, p.25).

De acordo com Sousa (2024), com a prensa de Gutenberg a atividade de impressão desencadeou o interesse da burguesia nos assuntos públicos, explicando o aperfeiçoamento dos dispositivos informativos existentes e o surgimento de novos meios de comunicação. Diante disso, surgiram as primeiras publicações informativas de caráter não religioso e apareceram os primeiros impressos informativos no século XVII, denominados “folhas ou

folhetos volantes, folhas soltas, folhas ocasionais ou folhas noticiosas” (Sousa, 2024, p.109). Contudo, é necessário evitar uma visão determinista sobre esse processo de mudança:

Falar da impressão gráfica como agente de mudança é dar muita ênfase ao meio de comunicação, em detrimento de escritores, impressores e leitores que usaram a nova tecnologia, cada qual segundo seus próprios e diferentes objetivos. Talvez seja mais realista ver a nova técnica — como aconteceu com outros meios de comunicação em séculos posteriores (a televisão, por exemplo) — como um catalisador, mais ajudando as mudanças sociais do que as originando. (Briggs e Burke, 2004, p.31).

Em 1837, com a invenção do telégrafo, desenvolvido por Samuel Morse, apresenta-se mais uma mudança tecnológica no jornalismo. O telégrafo era capaz de enviar mensagens através de impulsos elétricos por um fio, codificados como ponto e traço pelo código Morse, dessa forma a informação chegava mais rápido os territórios conectadas pelos cabos, fazendo com que o ritmo de produção e difusão de notícias mudasse para sempre (Ferreira, 2004).

Ferreira (2004, p.5) afirma que “o que se viu não foi o conflito, e sim a adaptação dos jornais à nova realidade”. É nesse âmbito que surge a adoção de uma nova linguagem, fazendo a distinção entre o fato e o comentário, dando lugar a um jornalismo em que as notícias vinham com menos palavras e em parágrafos mais curtos, a fim de acelerar o processo de comunicação (Briggs; Burke, 2004).

É em um contexto tecnológico e comercial que surgem as primeiras agências de notícias, sendo que em 1869 a informação sobre o preço das ações no mercado financeiro era responsável por metade do fluxo de informações por telegrafia (Briggs e Burke, 2004). Embora o telégrafo tenha se tornado um grande difusor de informações, “a ‘democratização’ do acesso à tecnologia contribuiu para a atenuação das tensões sociais, pois, simbolicamente, parece esbater as diferenças sociais. No entanto, a Revolução Industrial não chegou a todo o lado, nem começou ao mesmo tempo em todo o lado” (Sousa, 2024, p.312).

Após a efetivação do telégrafo, novas tentativas de aprimoramento das telecomunicações surgiram (Ferreira, 2004). Em 1876, Alexander Graham Bell foi o responsável por transmitir sons vocais por ondas elétricas através de fios, a popularidade do telefone marcou história nas práticas sociais e comunicacionais. A revista *Scientific American* sugeriu que o telefone levaria a “uma nova organização da sociedade” (Briggs e Burke, 2004).

No entanto, a receptividade do público à chegada do telefone não ficou imune a críticas. Havia desconfiança de que a “verdade” pudesse estar ameaçada pela mediação técnica, resultando na popularização do adjetivo phoney (“falso”, em inglês, derivado de

"telephone") (Briggs e Burke, 2004). O telefone no domicílio foi frequentemente atacado, assim como ocorreria com a televisão décadas depois. No entanto, o aparelho logo se tornou um “aliado da imprensa”, devido à velocidade das transmissões de informações. Em 1889 o jornal *The Times* já possuía uma conexão telefônica com a Câmara dos Comuns para incluir reportagens dos debates noturnos na edição do dia seguinte e em 1900 o jornalismo diário de massa nos Estados Unidos já “dependia mais do telefone do que do telégrafo” (Briggs e Burke, 2004, p.156).

Porém, a busca da transmissão de sons e sinais sem o uso de fios levou a um tipo particular de tecnologia: o rádio (Ferraretto, 2007). Em 1895, Guglielmo Marconi realizou a primeira transmissão de sinais entre dois pontos sem a necessidade de fios. (Briggs e Burke, 2004). Em 1919 o governo americano criou a Radio Corporation of America (RCA), que interessou-se pela radiodifusão. O interesse das grandes empresas criou as condições necessárias para a proliferação de emissoras de rádio a partir do início da década de 1920 nos Estados Unidos, bem como na Europa, Austrália e Índia (Sousa, 2024).

O radiojornalismo como conhecemos hoje surgiu com a americana KDKA, a primeira emissora profissional de rádio. Devido a sua velocidade e capacidade de transmissão instantânea, os conceitos de tempo e atualidade noticiosa foram reformulados através da consolidação do modelo de radiojornal hora a hora ou de meia em meia-hora (Sousa, 2024). O rádio estimulou a criação de um novo tipo de linguagem jornalística.

As características específicas da rádio obrigaram, de facto, à dessacralização progressiva do território do radiojornalismo, em favor de um estilo mais vivo, mais direto, mais coloquial, mais breve e mais claro do que o da imprensa, talvez também mais expressivo, dada a possibilidade de se adicionar música e efeitos sonoros à voz e à faculdade de se escutarem várias vozes (Sousa, 2024, p.539).

É possível afirmar que a chegada do rádio revolucionou o jornalismo ao introduzir a instantaneidade da voz e do som. Em contraste, a chegada de uma comunicação audiovisual com o cinema foi o propulsor para o telejornalismo que hoje conhecemos, de forma que “as primeiras reportagens filmicas foram de acontecimentos com significativo valor-notícia” (Sousa, 2024, p.540)”.

O desenvolvimento da televisão foi inicialmente lento devido à tecnologia e à situação econômica da década de 1930 (Briggs e Burke, 2004). Porém, o crescimento foi massivo após a Segunda Guerra Mundial, com a televisão a informação viajava ainda mais rápido transformando a tecnologia em uma difusora de notícias (Briggs e Burke, 2004).

O avanço das telecomunicações e da tecnologia de transmissão impulsionou a cobertura noticiosa para uma escala global e instantânea. O novo formato midiático transformou o jornalismo novamente: em 1980 a CNN se tornou pioneira em um “novo modelo de informação” que consistia em acompanhar os acontecimentos à medida que estes ocorrem e se desenvolvem (Sousa, 2024). “Talvez seja a maior força de mudança cultural e social desde o advento da imprensa, afastando a humanidade das palavras para as imagens e do pensamento para o fluir e o refluir das emoções, impressões e imprecisões.” (Cunha, 2006, p.265).

A criação da internet foi um dos mais importantes marcos para a sociedade e o jornalismo (Cunha, 2006). O advento da internet foi uma junção de “estratégia militar, grande cooperação científica, iniciativa tecnológica e inovação contracultural” (Castells, 2002, p.82). É nesse contexto tecnológico, com a funcionalidade da World Wide Web, desenvolvida no início dos anos 1990, que surge o jornalismo da internet, webjornalismo, jornalismo on-line ou jornalismo eletrônico (Sousa, 2024). O jornalismo online fez com que os jornais diários fossem os primeiros a migrarem para a web, por uma série de fatores, como perda de leitores, medo da concorrência e vantagens da internet, que desencadearam uma reconfiguração das rotinas produtivas jornalísticas (Sousa, 2024). Uma das características que podem ser atribuídas ao jornalismo digital é a convergência:

No sentido de que os meios online comungam as mesmas características na Web (uso hipermidiático de texto verbal, fotografia, infografia fixa e animada, áudio e vídeo), independentemente de serem meios nativos ou de terem origem na imprensa, na rádio ou na televisão. Um outro tipo de convergência resulta do potencial de fusão entre produtores e receptores de informação trazida pela Internet, o que coloca novos desafios à definição e delimitação do que é ser jornalista e do campo jornalístico e causa a erosão do esquema comunicativo clássico do jornalismo de difusão massiva de mensagens. (Sousa, 2024, p.565).

Dessa forma, os modelos de diversidade de conteúdo ofertados ao público foram repensados com a chegada da internet. Na visão de Ferrari (2015, p.11), a capacidade de sobrevivência dos veículos no ambiente digital está diretamente ligada à compreensão do desenvolvimento das modificações da comunicação: “sairá vitorioso quem compreender e souber gerir esse processo de mudança, quem for mais inteligente na disseminação de conteúdos informativos e na busca de parcerias para a criação de novas tecnologias”. Os portais online logo adotaram um comportamento de mídia de massa pela capacidade de reunir milhões de pessoas conectadas ao mesmo tempo e se antes não havia uma forma de interação

direta entre a audiência e o conteúdo, essa realidade se transforma com o potencial da nova mídia (Ferrari, 2015).

Ainda assim, a transmissão de conteúdos toma um papel secundário, dando lugar a um novo arranjo: a definição de formas de transmissão da informação. Os novos formatos foram além dos tradicionalmente usados, sendo possível adicionar hiperlinks, sequências de vídeos e fotos. Os desafios das práticas jornalísticas nesse novo arranjo estão ligados à necessidade de conhecer e lidar com as transformações sociais.

O efeito transformador da comunicação por meio da tecnologia atingiu um patamar sem igual desde a popularização da internet. O impacto que a web – e suas inúmeras possibilidades neobarrocas de convivência – causou na maneira como pessoas, empresas e instituições passaram a se relacionar desperta reflexões e indagações incessantes, pois vivemos em uma era em que a mídia social engoliu a comunicação digital. (Ferrari, 2015, p. 33)

Nesse cenário de constante mudança no jornalismo, tecnologias emergentes como a inteligência artificial generativa estão impactando diretamente os processos jornalísticos (Pallananda, Pase, Cunha, 2024). Há de se destacar que “como toda a evolução de tecnologias envolvendo usos sociais, a curva de desenvolvimento não é linear. Ao longo desse tempo ocorreram períodos de saltos tecnológicos perceptíveis e, normalmente, esta noção pública está ligada a uma plataforma em que reside a técnica” (Pallananda, Pase, Cunha, 2024, p. 92).

Dessa forma, pode-se afirmar que o jornalismo e suas práticas estão diretamente ligadas às inovações e revoluções tecnológicas. Mudanças essas que se caracterizam, segundo Castells (2002), não na concentração desses conhecimentos, mas sim nas aplicações desses saberes, gerando novas formas de uso. Assim, as tecnologias não são ferramentas passivas, mas participantes de um processo contínuo, alimentado por um ciclo de “realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso” (Castells, 2002, p.69).

1.2 Nativos Digitais

O ambiente digital propicia o surgimento de veículos de comunicação que nascem na web, constituindo uma alternativa ao ecossistema de mídia tradicional. São iniciativas que surgem em um cenário social complexo e em constante mudança, caracterizado pela sociedade em rede (García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero, 2020). O termo “nativo digital” foi usado para definir as pessoas que nasceram a partir de 1980 e cresceram rodeadas por computadores (Prensky, 2001). Apesar do termo “nativos digitais” ser bastante utilizado

para se referir a veículos nascidos na web, Lenzi (2020) ajuda a delimitar a definição a partir do contexto de origem dos veículos:

Entende-se como nativos digitais os jornais que nasceram exclusivamente na internet, e não aqueles que migraram de uma outra plataforma para o ambiente on-line. Tal ressalva é importante porque sabe-se que durante as primeiras décadas de presença na internet, veículos jornalísticos faziam basicamente a transposição dos conteúdos do meio original para o digital. (Lenzi, 2020, p.4)

Os ditos nativos digitais podem surgir como uma resposta a necessidades variadas na sociedade contemporânea, tanto nos modelos de jornalismo como no mercado financeiro, esses veículos geralmente são compostos por jornalistas experientes, mas podem também serem formados por profissionais sem formação jornalística. Dessa forma, “os projetos têm um grau de inovação que os tornam diferentes e, além da força exercida pela tecnologia, oferecem abordagens renovadas que coexistem com os princípios fundamentais do jornalismo”. (García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero, 2020, p. 12)

Esse caráter de inovação reflete diretamente na prática profissional. Segundo Figaro, Barros e Kinoshita (2019), os jornalistas em arranjos alternativos mobilizam os dispositivos comunicacionais disponíveis para instituir novas prescrições para o trabalho jornalístico. O trabalho nesses arranjos é viabilizado pelos meios digitais, pelas redes sociais e pela internet, materializados em meios de produção essenciais como o smartphone, aplicativos e o computador (Figaro; Barros, Kinoshita, 2019). Esses novos arranjos se constituem de forma distinta em relação aos meios de comunicação tradicionais. Autores como Anderson, Bell e Shirky (2014) trabalham com a ideia de um “jornalismo pós-industrial”, nessa conceituação, os veículos estariam perdendo participação e receita se não explorassem os novos métodos de trabalho oferecidos pelas mídias digitais.

A difusão da inovação se relaciona com os hábitos de produção e consumo de conteúdo pautados pela mobilidade e pela lógica da sociabilidade contemporânea (Saad, 2016). Ainda assim, apesar do caráter de inovação dos nativos digitais, cabe discutir as reconfigurações que os mesmos apresentam, como as múltiplas linguagens. Segundo Barbosa (2007, p. 11):

Escrever textos jornalísticos para a Internet exige uma revisão dinâmica das formas habituais de apresentar a informação, da estrutura textual, do estilo e das características dos leitores, que, devido à interatividade característica da rede, transformam-se em atores que interagem com os meios e com os jornalistas.

As primeiras pesquisas sobre a prática jornalística nas mídias nativas digitais já falavam sobre uma linguagem múltipla e integrada. Interatividade, hipertextualidade, multimídia, convergência, memória e atualização contínua são características dos nativos digitais (Mielniczuk, 2003). A interatividade no jornalismo on-line é ampla e envolve o conjunto de processos que se dão na situação do envolvimento do leitor de um jornal na web. Seixas (2003) afirma que a interatividade é um dos critérios sugeridos para a análise dos gêneros digitais, referindo-se ao tipo de relação estabelecida entre interlocutores (produtores e usuários).

O usuário consegue dessa forma, ter uma navegação multilinear através, por exemplo, do hipertexto, configurando uma nova forma de interação “em que as conexões antes permitidas apenas para os ditos emissores, agora também podem ser feitas pelos ditos receptores (usuários)” (Seixas, 2003, p.88). Ainda assim, outras ferramentas de interação, como troca de e-mails e discussões de chats foram as primeiras características atribuídas à linguagem digital.

Além disso, Canavilhas (2012) trabalha com um novo paradigma de organização da notícia proposto para o “webjornalismo”: a pirâmide deitada. Trata-se de uma estrutura que opera como um mapa de navegação em camadas em que o usuário começa com a informação base (o ponto de partida) e, a partir daí, o mapa se expande horizontalmente e em profundidade, permitindo a escolha de rotas (os porquês, como, contextualizações ou arquivos) deseja explorar, transformando a leitura em uma experiência de livre exploração.

Em pesquisas mais recentes, Franciscato (2019) afirma que os métodos do fazer jornalístico atualmente são predefinidos por algoritmos, essas pré definições são percebidas quando as buscas por informações básicas chegam em páginas preestabelecidas.

Os sistemas de tecnologia digital operam com uma lógica de instantaneidade real de seu processamento de informação, a qual se impõe como condição de mediação neste ambiente. Sensíveis a isso, os jornalistas vêm buscando redefinir suas práticas e suas formas de trabalho incorporando esses princípios de instantaneidade e de fluxo contínuo para produzir relatos que tragam experiências múltiplas e simultâneas de tempo. A temporalidade social que o jornalismo cultivava não se perde na lógica computacional, mas se redefine em um processo que é também de múltiplas mediações: institucional, individual e tecnológica. (Franciscato, 2019, p.142)

Nesse contexto, uma das reconfigurações do jornalismo é a temporalidade (Franciscato, 2019). A automatização dos processos muda o fluxo da notícia, de forma que, neste formato é possível publicar pedaços de uma pauta, antes que ela esteja totalmente

finalizada (Franciscato, 2019). Na prática, essa reconfiguração temporal pode ser percebida através de formatos como *live* praticado por portais jornalísticos.

Dessa forma, observa-se uma evolução conceitual que vai da identificação das características do jornalismo digital (Mielniczuk, 2003; Seixas, 2003) até a proposta de um novo modelo de escrita como a pirâmide deitada (Canavilhas, 2012), que sintetiza a adaptação da narrativa jornalística à lógica não linear e exploratória do ambiente digital. Esse modelo, somado à temporalidade acelerada (Franciscato, 2019) e à linguagem múltipla (Barbosa, 2007), evidencia que as mídias nativas digitais operam a partir de uma reconfiguração integral do processo jornalístico, da apuração à narrativa, passando pela relação com o tempo e com o leitor.

Quando olhamos para uma óptica além da linguagem desses arranjos jornalísticos, é possível perceber que a transformação operada pelas mídias digitais não altera apenas as linguagens e rotinas, mas também os modelos de negócio. As mudanças de cenário no campo jornalístico impactaram diretamente o mundo do trabalho e contribuíram para o surgimento de novos arranjos econômicos do trabalho jornalístico (Figaro, 2017).

Os nativos digitais surgem como alternativas à grande mídia, sendo alguns idealizados por jornalistas profissionais (Silveira et al., 2022). Ainda assim, apesar de surgirem com um certo grau de inovação, embora precarizados, os jornalistas desses novos arranjos econômicos “apropriam-se das tecnologias digitais da comunicação para atuar em coletivos organizados horizontalmente, em busca de independência dos grandes grupos de comunicação” (Figaro e Nonato, 2017, p.55). A infraestrutura digital e os aparatos das redes sociais incorporadas ao jornalismo são adoções alternativas à rotina produtiva.

O acesso aos meios de produção, mais baratos, móveis e mais leves, permite que o jornalista trabalhe o discurso jornalístico a partir de qualquer lugar. Ele também tem acesso facilitado a diversificadas fontes e amplia-se sua capacidade de entrar em contato com pessoas – leitoras de sua produção – antes pouco facilitada, caso o profissional não estivesse à frente de um grande jornal impresso ou em uma rádio e, até mesmo, emissora de TV. (Figaro e Nonato, 2017, p.54).

A autonomia proporcionada pelo acesso a meios de produção (Figaro e Nonato, 2017) não elimina o desafio da sustentabilidade econômica. Se, por um lado, os nativos digitais se apropriam das tecnologias para criar coletivos horizontais independentes dos grandes grupos, por outro, precisam desenvolver modelos de negócio viáveis em um cenário de crise do jornalismo tradicional (Anderson; Bell e Shirky, 2014). Emergem, assim, diversas estratégias de financiamento.

O caso do *Aos Fatos* ilustra essa diversificação na prática. O veículo, que se define como "uma organização jornalística dedicada ao combate à desinformação", constrói sua sustentabilidade através de um modelo híbrido e multifacetado: licenciamento de conteúdo jornalístico, venda de serviços de tecnologia (como os aplicativos *Radar Aos Fatos* e *Escriba*), patrocínio de projetos de inovação e um programa de membros (*Aos Fatos Mais*), além de recorrer ao *crowdfunding* (Aos Fatos, 2025). Este ecossistema de receitas demonstra como os nativos digitais podem operar simultaneamente como organizações jornalísticas e empresas de tecnologia, desenvolvendo produtos e serviços que vão além da produção de notícias.

Nesse contexto, o cenário mostra um duplo aspecto na transformação digital no jornalismo. Se em uma faceta a horizontalidade e o acesso a tecnologias mais baratas possibilitam novas formas autônomas de exercer a profissão (Figaro e Nonato 2017), por outro lado demonstra uma dimensão empreendedora na produção de notícias.

Contudo, os dados regionais revelam uma realidade mais complexa. O expressivo percentual de 55% dos jornalistas do Nordeste trabalhando em mídias digitais (Maia et al., 2023) confirma a centralidade desses novos arranjos no ecossistema midiático regional. No entanto, 90% dos veículos cearenses à margem da mídia hegemônica não se intitulam como alternativos ou independentes, e 82% não se declaram inovadores. O que pode sugerir que a inovação está acontecendo com uma adaptação, mas não sendo necessariamente reconhecida como tal (Costa et al, 2020).

Ainda assim, esses arranjos empregam a seu favor as tecnologias disponíveis para agregar valor ao seu processo de produção e também contribuíram para as transformações da profissão (Silveira et al., 2022). A inteligência artificial é mais uma tecnologia emergente no campo do jornalismo, que também possui dificuldades comerciais de distribuição tendo em vista o “cenário que se encontra o jornalismo digital brasileiro, em uma localização marginal de desenvolvimento e acesso a recursos tecnológicos e financeiros” (Pinto; Barbosa, 2024, p.62).

Dessa forma, é possível perceber que as reconfigurações do jornalismo digital passam por constantes mudanças e desafios impostos pela economia e tecnologia. Instituições estabelecidas e novos atores precisam se adaptar ao novo panorama. “Aqui, o mecanismo mais importante de adaptação talvez seja reconhecer que estamos em meio a uma revolução – uma mudança tão grande que a estrutura atual da sociedade não tem como contê-la sem ser alterada por ela” (Anderson, Bell, Shirky, 2014, p. 88). Se as mídias nativas digitais representaram a primeira grande adaptação a essa revolução, reconfigurando o ecossistema

jornalístico em suas dimensões produtivas, linguísticas e econômicas, cabe analisar como a inteligência artificial generativa pode impactar os nativos digitais.

CAPÍTULO 2 - JORNALISMO E IA

2.1 Desenvolvimento histórico

A inteligência artificial generativa emerge como mais um ator responsável por transformações diretas no jornalismo. O lançamento público do ChatGPT pela OpenAI em 2022, no entanto, constitui um novo ponto de discussão sobre assuntos que antes eram predominantemente presentes em obras de ficção científica (Canavilhas e Biolchi, 2024). Cruz e Santaella (2024, p.13) afirmam que “existe um antes e depois da chegada da IA na vida do jornalismo”.

Contudo, é crucial situar historicamente esse fenômeno. Apesar da IA ter ganhado grande destaque após a chegada do ChatGPT e ter consequentemente impactando diretamente nas rotinas jornalísticas, ela já estava presente muito antes do ano de 2020. Seu desenvolvimento remonta a pelo menos 70 anos até atingir a forma que conhecemos hoje (Cruz; Santaella, 2024). Como contextualiza Kaufman (2022, p.8) “antes de 2010 já existiam algoritmos capazes de provar teoremas matemáticos de grande complexidade”. Ainda assim, na segunda década do século XXI sistemas computacionais já eram capazes de “identificar faces com grande grau de acerto” (Kaufman 2022, p.8). A evolução gradual da inteligência artificial reflete diretamente em uma nova ótica tecnológica para entender o jornalismo automatizado que emerge hoje.

Assim, na prática, antes do hype da inteligência artificial generativa, outros tipos de automação já eram utilizadas nas rotinas produtivas. Conforme demonstram Bell et al. (2017) a inteligência artificial manifestada por meio de algoritmos foi amplamente utilizada pelas grandes empresas de tecnologia para gerenciar, classificar e distribuir conteúdo, influenciando o ecossistema do jornalismo. Essa influência se materializou com a automação de relatórios corporativos pela Associated Press em 2014 e a curadoria do Facebook News Feed, que se tornou um dos principais distribuidores de tráfego jornalístico, redefinindo a distribuição de notícias e produção de conteúdo (Diakopoulos, 2019).

Outros estudos já analisavam a automação nas práticas jornalísticas por meio de algoritmos. Diakopoulos (2019) já mencionava um “jornalismo híbrido”, definido como a combinação de algoritmos, automação e pessoas no trabalho de notícias. Dessa forma, “com o avanço da tecnologia, cada vez mais técnicas de inteligência artificial e aprendizado de máquina serão introduzidas em apurações” (Diakopoulos, 2019, p.18).

No Brasil, Dalben (2019) realizou a análise da ferramenta no jornalismo automatizado no Brasil através do estudo de caso de três robôs: Rosie, Rui e Fátima. Diferentemente dos veículos internacionais, os bots produzem e publicam pequenos textos com padrões repetitivos no *Twitter*. Os bots *Rosie e Rui* geram alertas a partir de dados abertos, já a Fátima auxilia na identificação de fake news e conteúdos tendenciosos. Para a autora, esses casos demonstram como “As tecnologias se inserem em redações de veículos nativos digitais como ferramentas que auxiliam na apuração ou em coletivos que militam em prol dos dados abertos” (Dalben, 2019, p.23).

A relação entre jornalismo e automação perpassa mais de uma década, a inteligência artificial pode auxiliar na automatização de tarefas rotineiras. A análise de grande volume de informações é crucial para um fazer jornalístico qualificado, contudo, essa análise pode ser lenta e laboriosa, gerando atrasos na produção.

É aqui que a IA entra em cena: ela pode ajudar jornalistas a lidar com esses problemas ao coletar informações de várias fontes, incluindo notícias em tempo real, relatórios de empresas e dados do governo, fornecendo aos jornalistas acesso a informações organizadas e fáceis de usar. Dados coletados, em tempo real e organizados de maneira a facilitar o acesso dos jornalistas, economizam tempo e recursos. (Cruz e Santaella, 2024, p.56)

Pinto (2024) afirma que todos os conhecimentos humanos são atravessados, de alguma forma, por algoritmos e inteligência artificial. Ademais, afirma que a junção dos mesmos podem contribuir para o surgimento de novas formas de jornalismo, como o jornalismo de realidade aumentada, jornalismo de bases de dados, jornalismo por aplicativos, jornalismo automatizado (Pinto, 2024). Essas questões demonstram como o jornalismo não apenas se reconfigura com a chegada de novas tecnologias, como também se vê em uma relação de interdependência com as mesmas tecnologias.

Existe uma gama de usos de automação no jornalismo, como o processo de linguagem natural, aprendizado de máquina, redes neurais, aprendizado profundo e reconhecimento de fala e imagem, dessa forma, essas tecnologias quando associadas, automatizam o trabalho jornalístico (Cruz e Santaella, 2024). Porém, o uso dessas automações requer novas habilidades e rotinas dos profissionais, necessitando conhecimento básico de análise de dados e programação. Assim, o impacto da automação vai além da chegada de uma tecnologia dentro das redações, reconfigurando as práticas jornalísticas.

Dentre os diversos exemplos de aplicação da inteligência artificial no jornalismo, destacam-se a verificação automatizada de fatos e a personalização de notícias (Cruz e

Santaella, 2024). No primeiro caso, sistemas de IA auxiliam na análise da veracidade das informações, identificando possíveis inconsistências e otimizando o tempo de apuração. No segundo, algoritmos de aprendizagem de máquina analisam e interpretam os interesses dos leitores, permitindo que as audiências tenham acesso a conteúdos mais relevantes.

Ademais, Cruz e Santaella (2024, p.67) categorizam mais uma automação, a identificação de tendências e padrões. Um trabalho que era feito manualmente por jornalistas já é substituído por IA, analisando uma grande quantidade de informações na internet, podendo ser utilizada para “ analisar tráfego de notícias em tempo real e identificar histórias que estejam se tornando virais ou gerando engajamento nas redes sociais”. Contudo, os autores reforçam que as automações citadas não englobam toda a gama de tecnologia capaz de auxiliar o trabalho jornalístico.

Se, por um lado, a IA apresenta-se como ferramenta potencializadora, por outro, pesquisas apontam para desafios concretos de implementação. De acordo com De Lima Santos e Ceron (2021), a inteligência artificial não é chave para as precarizações que o jornalismo ainda enfrenta, mas sim uma nova ferramenta que requer compreensão dentro das redações. Essa dificuldade de assimilação é mostrada por dados empíricos: segundo pesquisa de Essenfelder e Sant'Anna (2022), apenas 28% dos jornalistas entrevistados estavam familiarizados com a expressão “inteligência artificial”, demonstrando um possível atraso com relação à chegada de novas tecnologias no jornalismo brasileiro. Entre os entrevistados, 63% apontaram a falta de recursos financeiros como o maior desafio para sua adoção. Dessa forma, é possível perceber que, embora sistemas de automação com uso de IA já estivessem presentes no jornalismo, sua implementação não é homogênea e enfrenta barreiras significativas.

O percurso histórico demonstrou como a inteligência artificial evoluiu: “ o impacto da IA tem sido proporcional à imagem de um tsunami numa pequena ilha paradisíaca. Nada restará intocável, muito menos o jornalismo” (Cruz; Santaella, 2024, p.13). Se a inteligência artificial como mostrada já levantava e levanta dilemas sobre as práticas jornalísticas, a chegada da inteligência artificial generativa se dá como mais um “tsunami” de discussões no jornalismo.

Nesse contexto, há uma distinção essencial entre os modelos de IA e IAG. Os modelos IA preditiva recolhem padrões e fazem previsões de tarefas pontuais, já os modelos de inteligência artificial generativa “produzem conteúdo original a partir de grandes bases de dados, ou seja, usa dados para gerar mais dados, sintetizando texto, imagem, voz, vídeo, códigos” (Santaella; Kaufman, 2024, p.39). É essa capacidade generativa que demonstra uma

disrupção mais profunda no jornalismo, agora não se faz apenas a análise e a previsão mas sim a criação de algo totalmente novo.

As primeiras pesquisas sobre inteligência artificial generativa no jornalismo, como as de Canavilhas (2023), a abordavam como uma dupla faceta: oportunidade e ameaça, dada sua capacidade inédita de produzir conteúdo a partir do "zero". Essa percepção de ameaça consolidou-se rapidamente, pois, segundo o autor, "o uso da IA no jornalismo integra-se num movimento transversal de aplicação desta tecnologia às mais diversas atividades económicas e sociais" (Canavilhas, 2023, p. 95).

No contexto específico da profissão, "o seu potencial de produção autónoma é uma ameaça para o emprego num momento em que a situação é difícil" (Canavilhas, 2023, p. 95), o que explica a forte repercussão entre os profissionais. Canavilhas (2023, p. 195) sintetiza essa preocupação ao afirmar que a IA "tornou-se numa ameaça ao trabalho dos profissionais num setor que continua a tentar reduzir custos para sobreviver".

As primeiras preocupações e previsões de impactos do uso da tecnologia partiam de diversos pontos, como o enviesamento das notícias que poderiam passar despercebidas se não fossem analisadas com um olhar criterioso. A inteligência artificial apresenta vantagens e necessita de “um ponto de equilíbrio” (Canavilhas, 2023). Dessa forma, percebe-se que os temores em torno da relação entre jornalismo e IA – e em especial, da IAG – constituem um assunto ainda em discussão, que ganhou intensidade com o recente *hype* em torno das ferramentas generativas.

Nesse contexto de primeiras especulações sobre o uso da inteligência artificial generativa no jornalismo, Newman (2023, p.3) previa que:

A próxima onda de inovação tecnológica já chegou – e não estamos falando do metaverso. Os extraordinários avanços em inteligência artificial (IA) em 2022 revelaram oportunidades – e desafios – mais imediatos para o jornalismo. A IA oferece aos veículos de comunicação a chance (finalmente) de fornecer informações e formatos mais personalizados, ajudando a lidar com a fragmentação dos canais e a sobrecarga de informações. Mas essas novas tecnologias também trarão questões existenciais e éticas – juntamente com mais deepfakes, deep porn e outras mídias sintéticas. Preparem-se para a jornada.

A previsão de Newman (2023) não só marca o que viria a ser uma virada de chave na história de jornalismo e IA, mas também encapsula o duplo movimento que passaria a dominar o debate: a corrida pela implementação prática da IAG e a urgente discussão sobre o seu uso no jornalismo contemporâneo. No entanto, é necessário entender que a adoção dessas ferramentas em nível nacional exige em sua maior parte recursos financeiros e digitais, o que

explicaria uma adaptação mais lenta: “É neste cenário que se encontra o jornalismo digital brasileiro, em uma localização marginal de desenvolvimento e acesso a recursos tecnológicos e financeiros”(Costa Pinto; Barbosa, 2024, p.62).

A incorporação da IAG no jornalismo não ocorre de maneira isolada, como apenas uma ferramenta técnica. A mesma se insere em contexto de plataformização da sociedade, conforme definido por Poell, Nieborg e Van Dijck (2020), entendido como a penetração de infraestruturas digitais, processos econômicos e estruturas de governança das plataformas em diferentes setores sociais. No campo da comunicação, esse movimento pode implicar na reformulação de práticas e modelos de negócio jornalísticas. Assim, a adoção da IAG não representa apenas inovação operacional, mas pode fortalecer a dependência em infraestruturas proprietárias, que moldam tanto a circulação da informação quanto às condições de produção do conteúdo.

Cruz e Santaella (2024) argumentam que as mudanças consequentes da IA seriam capazes de articular o futuro do jornalismo. Emerge uma série de discussões sobre os “valores fundamentais do jornalismo e como mantê-los em um contexto cada vez mais automatizado” (Cruz; Santaella, 2024, p.73). Dessa forma, o percurso histórico traçado demonstra que a inteligência artificial generativa não é um fenômeno isolado, mas o ponto culminante de uma longa trajetória de interação entre jornalismo e tecnologia.

Os debates acerca do uso da inteligência artificial emergem, portanto, em um momento histórico singular, marcado por questões ainda muito recentes e por uma crise de credibilidade no ecossistema informacional. “Essa plataforma chega em um momento no qual há profunda discussão conceitual sobre o papel do jornalismo e dos profissionais da área da informação, em virtude da intensa disseminação de informações distorcidas ou discursos de ódio” (Pellanda;Pase, Cunha, 2024, p. 92) .

Embora as discussões sobre a IAG no jornalismo ainda estejam em curso, sua penetração em diversos âmbitos sociais é um fenômeno já consolidado. Pesquisa conduzida por Simon, Nielsen e Fletcher (2025) ilustra essa percepção pública: a maioria dos entrevistados prevê que a IAG impactará todas as esferas sociais nos próximos cinco anos. Especificamente no campo jornalístico, acreditam que metade dos profissionais já a emprega em suas rotinas. É relevante observar, contudo, que tais dados não abrangem o contexto brasileiro.

No Brasil, Buarque e Miraglia (2024) apresentam dados que demonstram que a IAG já está presente no cotidiano e que “não há um caminho de volta”. Assim, “não custa repetir que a interferência da IAG no jornalismo não é apenas uma questão técnica, mas também uma

questão de ética e de redefinição do papel do jornalista na sociedade a partir do chão do seu trabalho” (Cruz; Santaella, 2024, p.79).

Se o percurso histórico demonstrou como a inteligência artificial evoluiu de ferramenta de automação para agente generativo, cabe examinar como essas capacidades estão sendo aplicadas concretamente no ciclo jornalístico contemporâneo. Das etapas de apuração às estratégias de distribuição, a IAG introduz ferramentas que reconfiguram práticas consolidadas e criam novas possibilidades narrativas.

2.2 Aplicações

O desenvolvimento histórico demonstrou que a inteligência artificial generativa vem evoluindo e está cada vez mais permeada no jornalismo. As ferramentas de IAG estão sendo aplicadas em diversas etapas do processo de produção de notícias, “tornando a colaboração entre jornalistas e IA quase obrigatória” (Cruz; Santaella, 2024, p.78).

A ideia de que a tecnologia sempre esteve presente no campo jornalístico já foi citado neste trabalho, juntamente com a percepção de que novas tecnologias resultam na reconfiguração do fazer jornalístico.

Diante de tal cenário evolutivo de transformações e da emergência de novos hábitos e padrões de produção no jornalismo se faz necessário compreender que a instituição jornalística está intimamente ligada ao ambiente histórico e social a que pertence e às suas invenções técnicas. Os modelos explicativos para a formação do jornalista, enquanto profissional, devem, portanto, compreender tanto os conflitos e a dinamicidade próprios destes processos externos à profissão, quanto os movimentos internos que ocorrem dentro da instituição jornalística tais como: princípios organizativos, regras, metas, conflitos, pressões, imposições e disputas. (Silva, 2013, p.13)

Nesse contexto, é justamente nessa intersecção que se situa as mudanças na prática jornalística. Dessa forma, Guerra (2023) classificou os usos da inteligência artificial, especificamente o ChatGPT, nas seguintes atividades jornalísticas: Geração de notícias automatizada, verificação de fatos e geração de insights.

A geração de notícias automáticas por meio de uma alimentação de dados o ChatGPT é capaz de sintetizar essas informações, poupando tempo dos profissionais. O mesmo também consegue verificar uma grande quantidade de informações e reconhecer padrões, ainda na análise de um grande volume de dados, o ChatGPT pode retirar ideias a partir de um assunto específico e embasar os textos (Guerra, 2023). Portanto, essas aplicações podem automatizar o dia a dia profissional, tornando atividades que levam horas, em minutos.

Segundo Beckett e Yaseen (2023), em um contexto global, 75% das organizações usam IA em pelo menos uma das fases produtivas: coleta, produção e distribuição de notícias. O principal motor dessa integração é aumentar a eficiência e a produtividade, visando liberar os jornalistas para realizar trabalhos mais criativos, relevantes e inovadores.

Por outro lado, a IAG não é isenta a desafios na sua implementação, a falta de recursos financeiros é um dos principais empecilhos para a efetivação do uso, principalmente em redações menores. Além disso, outro viés é a necessidade de treinamento para o uso da ferramenta (Beckett; Yaseen, 2023). A criação de novas habilidades de engenharia de *prompts*, se tornou uma competência primordial para determinar a qualidade da resposta recebida, impactado diretamente na “precisão e profundidade” de um material jornalístico (Cruz; Santaella, 2024) .

Os autores, ainda, introduzem o conceito de uma "semiótica dos prompts", na qual o *prompt* (instrução) é compreendido como uma cadeia de signos convencionais que permite à inteligência artificial realizar uma interpretação coletiva interna. Nessa perspectiva, a elaboração de um *prompt* eficaz exige que o usuário forneça contexto suficiente para que o sistema compreenda o cenário com o máximo de detalhamento possível. Isso inclui oferecer antecedentes históricos, estatísticas relevantes e quaisquer informações que possam subsidiar a construção de uma resposta informada e coerente.

Assim, essa "semiótica" evidencia, portanto, que o processo de produção mediado pela IAG é intrinsecamente dotado de sentido, sendo este sentido construído com base nas informações e na estruturação fornecidas pelo usuário. Dessa maneira, a habilidade de formular *prompts* de forma estratégica e contextualizada surge como uma nova competência fundamental no jornalismo pós-IAG (Cruz; Santaella, 2024). Essas tensões e ensaios entre o potencial de eficiência refletem diretamente em como essa ferramenta é utilizada no jornalismo.

No contexto nacional, Baldessar e Pinto (2023) situam que os primeiros usos da IAG nas redações jornalísticas surgem, não por uma iniciativa institucional, mas em sua maioria, de uma iniciativa individual resultado da curiosidade dos jornalistas. Nesse contexto, a ferramenta é utilizada em atividades que envolvem a estruturação e pré-produção do conteúdo, como resumo de matérias, otimização de texto e geração de palavras-chave. Esses usos, segundo os dados empíricos, mostram a IAG como um fator de otimização para atividades consideradas “não jornalísticas”.

Ainda segundo os autores, as primeiras impressões levam em consideração um reconhecimento do potencial da ferramenta para otimizar o tempo, mas com grande

preocupação em relação à veracidade e confiabilidade da informação gerada. A principal vantagem relatada é a otimização do tempo e aceleração das tarefas quando “os prazos são mais curtos” (Baldessar; Pinto, 2023, p.45).

Por outro lado, há também outras maneiras de aplicações da inteligência artificial no jornalismo. Belochio et al. (2024) discutem a intersecção entre a IAG e o jornalismo audiovisual nas mídias sociais digitais, usando como objeto os jornais *Estadão* e *Expresso*. Dessa forma, um dos usos é a geração de conteúdo para a plataforma *TikTok*, em que a ferramenta AI Greenscreen é usada para criar imagens de fundo para vídeos a partir de inputs textuais, apesar de abstratas, indicam um recurso capaz de transformar formatos clássicos. Essa aplicação demonstra as múltiplas possibilidades de aplicações da ferramenta, indo além da automação de textos.

Ainda assim, as aplicações da inteligência artificial generativa no jornalismo estão abrindo espaço para novos usos da ferramenta. Nesse contexto, ela é capaz de “atuar como ferramenta de suporte para jornalistas analisarem bancos de dados e detectarem tendências ao cruzar as diversas informações” (Paulino; Cabral, 2025, p.43).

O uso do ChatGPT 4.5 foi aplicado por Paulino e Cabral (2025) como um assistente capaz de processar informações complexas auxiliando na análise de dados da plataforma *Twitter*, auxiliando os jornalistas a detectar tendências a partir das análises realizadas. Ainda assim, os autores frisam que a IAG exige que o usuário possua o domínio do contexto analisado e indique o caminho das análises fornecendo *prompts* adequados para que a ferramenta possa realizar as análises. Essas potencialidades demonstram novas possibilidades de usos, mas revelam uma nova faceta: novas qualificações para que o profissional consiga acompanhar a tecnologia.

Santos e Figueiredo (2024) categorizam o uso da ferramenta no processo de produção jornalístico em três eixos: 1. Eficiência Operacional, 2. Precisão e Velocidade, 3. Engajamento do leitor. Todos esses aspectos somados são capazes de automatizar o trabalho jornalístico, “a implementação eficaz da IAG em redações requer uma abordagem que equilibre inovação com responsabilidade” (Santos; Figueiredo, 2024, p. 39).

Uma preocupação relevante dentro do campo jornalístico é a substituição e a obsolescência da profissão. Pellanda, Pase e Cunha (2024) procuram estudar a essência da tecnologia do ChatGPT e os seus resultados, focando nas rotinas de produção e nas interferências que podem ocorrer no processo jornalístico. Eles argumentam que o sistema materializa expectativas sobre como criar textos, organizar informações repetitivas ou

responder a questões do cotidiano, mas alertam que ele é limitado pela qualidade e coerência das respostas que gera.

O jornalista é responsável pela construção da visão de mundo do seu público. A incorporação de novas tecnologias deve ir além de simples textos explicando o que é, diluídos e esquecidos no manancial de novas publicações, mesmo que sejam importantes. É preciso desenvolver ferramentas, mesmo que falhas, e explicar seus passos aos leitores. Em um momento de automação frugal, reforçar o que é feito pelo profissional bem como suas escolhas permite nos diferenciar ainda mais das máquinas. Não será possível parar as máquinas, porém é possível nos tornar ainda mais humanos. (Pellanda, Pase e Cunha, 2024, p.111)

Sob uma perspectiva institucional, a IAG apresenta-se como uma força potencialmente disruptiva para o jornalismo. Contudo, como observam Lewis et al. (2025), é comum que as instituições jornalísticas negligenciam ou incorporem minimamente o papel de novas tecnologias em suas redações. Essa lentidão institucional é exemplificada pela pesquisa de Pinto e Barbosa (2024), a qual apontou que, até 2023, não havia organizações jornalísticas adotando publicamente ferramentas como o ChatGPT.

A inteligência artificial generativa se apresenta diferente dos outros tipos de automação, quando a mesma é capaz de “penetrar praticamente em todos os aspectos do jornalismo, tanto no domínio editorial quanto no empresarial da operação jornalística” (Lewis et al. 2025, p.16). É nesse viés que se há a renegociação dos outros elementos que compõem a instituição (como as normas, valores e papéis), à medida que os jornalistas lutam com a incerteza de uma tecnologia que não está apenas replicando, mas gerando conteúdo.

Os jornalistas não são observadores passivos enquanto a IA generativa invade sua profissão — muito pelo contrário. Os jornalistas estão ativamente envolvidos na negociação das éticas e normas que moldam como essas tecnologias são usadas nas redações. Essas negociações são um testemunho da agência humana, à medida que indivíduos e organizações enfrentam as implicações da IA, buscando alinhar suas capacidades aos valores centrais do jornalismo. (Lewis et al. 2025, p.16)

Esse cenário multifacetado das aplicações - entre a otimização, a ampliação criativa e o engajamento - adquire contornos específicos quando observados no ecossistema dos veículos nativos digitais. Em um cenário voltado para a constante influência da IAG no jornalismo, “os meios digitais buscam novas formas de consolidar seu papel na esfera pública” (García-Orosa et al. 2025, p.22).

Na pesquisa realizada por Pinto e Barbosa (2024), 40% das iniciativas de IA analisadas partiram de veículos nativos digitais, ainda assim, até a data de atualização da

pesquisa (em 2023) não foram achados publicização do uso da inteligência artificial generativa. Por outro lado, os dados da pesquisa indicaram várias iniciativas para solucionar “gargalos jornalísticos” por meio de IAG, como acessar, gerir, analisar e reportar a partir de grandes bases de dados (Pinto e Barbosa, 2024, p.80).

As *Big Techs* se desenrolam como autores essenciais para o desenvolvimento e divulgação das IAs no nativos digitais. São responsáveis por financiar iniciativas por meio dos programas de desenvolvimento - *Google News Initiative*, *Meta Journalism Project*, *Microsoft News Center*. Os autores falam que um ambiente com pouco recursos de financiamento “torna-se relevante para os meios, notadamente nativos digitais, lançarem iniciativas que chamem atenção do público e viabilizem sua própria existência” (Pinto e Barbosa, 2024, p.81).

Segundo Simon (2024) a IAG será cada vez mais utilizada para criar e produzir notícias. De acordo com os dados da pesquisa, a maior parte das organizações entrevistadas dependiam de alguma grande empresa para suporte de serviços, listando Google, Amazon e Microsoft as mais populares.

Embora possam existir exceções — estruturas organizacionais mais horizontais e ágeis podem permitir que algumas organizações menores inovem rapidamente — minhas conclusões sugerem que o alto custo do desenvolvimento personalizado de IA o torna inacessível para todas, exceto as organizações jornalísticas mais bem financiadas. (Simon, 2024, p.25)

Santos e Figueiredo (2024) enfatizam que a publicização dos usos e capacidades do emprego da IAG na práxis jornalística é “mais importante que nunca”, ainda assim ressalta que a aplicação exige um equilíbrio entre inovação e responsabilidade. Na pesquisa exploratória realizada por Malar e Corrêa (2025) foram analisados cinco veículos nativos digitais que publicaram as políticas de uso de IA divulgados ao longo de 2023 a 2024. As aplicações da IAG nas rotinas foram semelhantes a estudos internacionais: sumarização de conteúdos, criação de imagem, texto e áudio, criação de títulos e legendas para rede social, pesquisa e aplicação de SEO.

Na divulgação da política de uso de IA na revista *AzMina* uma das frases usadas na matéria de publicização foi “AzMina está usando inteligência artificial (IA) e você certamente também está”¹. O veículo acredita que a IA generativa possui potencial para otimizar processos internos e aprimorar a produção de conteúdo, compartilhando a visão de

¹ “AzMina publica política de uso de Inteligência Artificial”. Disponível em <https://azmina.com.br/colunas/azmina-publica-politica-de-uso-de-inteligencia-artificial/>

que a IA tem um “papel auxiliar” no trabalho jornalístico. AzMina foi o único veículo analisado a incluir em sua política de uso uma preocupação com a ética e os vieses. A política trata das “Responsabilidades e limitações estruturais associadas ao uso de IA”, pontuando que as IAs generativas estão “sujeitas a abordagens e representações enviesadas e preconceituosas” (Malar e Corrêa, 2025, p.17).

A discussão sobre as aplicações da IAG está intrinsecamente entrelaçada com uma série de dilemas operacionais, econômicos e, sobretudo, éticos. A tensão entre inovação e responsabilidade, apontada por Santos e Figueiredo (2024), desloca a análise do plano puramente técnico para o plano valorativo. Questões sobre transparência, viés algorítmico, autoria, veracidade e a própria finalidade social do jornalismo tornam-se centrais à medida que a ferramenta se integra às rotinas. Como destaca Lewis et al. (2025), os jornalistas não são passivos; eles estão ativamente negociando essas normas. É justamente nessa arena de negociação – entre o potencial das aplicações e a defesa dos valores fundamentais da profissão – que se situam os aspectos éticos do uso da IAG no jornalismo.

2.3 Aspectos éticos

As aplicações práticas da inteligência artificial no jornalismo juntamente das promessas de eficiência e inovação trazem consigo um complexo conjunto de dilemas que tocam o núcleo do contrato de confiança entre a imprensa e o público. Como alertam Cruz e Santaella (2024, p.39), a emergência da IA não apenas transforma metodologias e instrumentos, mas "igualmente suscita interrogações fundamentais a respeito da responsabilidade e das consequências éticas associadas ao seu emprego". No processo de incorporar essas inovações, os jornalistas deparam-se com o constante desafio de navegar "os limites entre a eficácia da IA e a moralidade ética" (Cruz; Santaella, 2024, p.39).

Nesse contexto, as discussões sobre o uso ético da inteligência artificial na sociedade em geral se inserem em diversos aspectos. Coeckelbergh (2023) levanta questões éticas acerca do uso da inteligência artificial em diversos âmbitos sociais. De acordo com o autor, os erros que a IA pode apresentar não se restringem apenas a vieses técnicos, mas também problemas sociais e éticos profundos que surgem quando os sistemas recomendam ou tomam decisões consideradas injustas ou desleais para indivíduos ou grupos específicos. O autor cita o exemplo do chatbot Tay, que inicialmente foi criado para ter diálogos mais descontraídos no twitter, porém ao ficar mais inteligente, começou a propagar conteúdo racista na plataforma.

Esta perspectiva é crucial para o jornalismo, pois evidencia que a IAG não é uma ferramenta neutra. Coeckelbergh (2023, p.17) afirma que "a ética na IA trata da mudança tecnológica e de seu impacto nas vidas individuais, mas também de transformações na sociedade e na economia". Os problemas de viés e discriminação têm, portanto, "relevância social" direta, ao mesmo tempo em que a tecnologia está "transformando a economia e, portanto, talvez a estrutura social de nossas sociedades". Para o campo jornalístico, isso significa que a adoção da IAG não é apenas uma decisão operacional, mas uma escolha que pode reforçar desigualdades, distorcer representações e alterar a própria economia política da informação.

Nesse sentido, o jornalismo é também diretamente impactado com questões éticas acerca do uso de inteligência artificial. Na prática, um modelo de IA precisa de “reforços positivos” durante o seu treinamento para fornecer informações corretas e, quando comete erros, tem “reforços negativos” para adaptar suas respostas (Sotero, De Andrade Coutinho e Bezerra, 2025). Como o seu funcionamento se dá através do aprendizado de máquina, a inteligência artificial moderna é essencialmente um processo estatístico fundamentado na identificação de padrões em grandes volumes de dados. Essa capacidade técnica, embora útil no jornalismo, torna-se um instrumento central para a criação e disseminação de desinformação (Coeckelbergh, 2023).

Um dos usos da inteligência artificial é a criação de *deepfakes* que refere-se a conteúdos sintéticos, como vídeos ou áudios, criados por inteligência artificial para imitar de forma convincente pessoas reais. Essa tecnologia é um dos exemplos mais críticos de como a IA pode ser utilizada para propósitos maliciosos, impactando a comunicação humana e a confiança social, refletindo diretamente nas práticas jornalísticas (Coeckelbergh 2023). Os riscos vão além da desinformação política ou de celebridades, causando violações, como a criação de imagens sintéticas não consensuais.

Em 2025, o *chatbot* Grok, da plataforma X (antigo Twitter), admitiu que "falhas nos mecanismos de proteção" teriam permitido a geração e a publicação na rede de "imagens sexualizadas de menores" (G1, 2025)². Este caso extremo evidencia como as falhas técnicas e éticas nos sistemas de IAG podem ser instrumentalizadas para a produção em massa de

² “Grok, IA de Musk, limita edição de imagens a assinantes após polêmica com fotos de mulheres e crianças”. Disponível em:

<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2026/01/09/grok-ia-de-musk-agora-diz-que-limita-edicao-de-imagens-aos-polemica-com-fotos-de-mulheres-e-criancas.ghtml>

conteúdos degradantes e criminosos, desafiando não apenas a credibilidade do jornalismo, mas os próprios limites legais e morais da sociedade.

O impacto concreto dessa dupla face ficou evidente também em 2023 com a viralização da imagem do Papa Francisco usando uma jaqueta branca, gerada pelo *Midjourney* e repercutida por veículos de grande circulação. O episódio ilustra como a urgência jornalística pode colidir com o dever de verificação. Como observa Souza (2025), "na urgência de noticiar o inusitado, os jornalistas mal irão notar estes pequenos detalhes ou talvez não se preocupem em questionar a veracidade daquilo". Este caso sintetiza a encruzilhada ética: a mesma tecnologia que oferece ganhos de produtividade também multiplica os riscos de erro e desinformação, exigindo um novo patamar de vigilância. Diante desse cenário, a incorporação da IAG força uma reavaliação urgente dos pilares éticos que sustentam a credibilidade jornalística.

Nesse contexto, um dos pilares fundamentais da prática jornalística é a transparência. Em um cenário no qual as tecnologias rapidamente evoluem e transformam a sociedade e a práxis jornalística, a transparência em relação ao uso da IA deixou de ser uma boa prática para se tornar um requisito essencial de sobrevivência em uma profissão que está constantemente reafirmando sua importância para a sociedade.

Na era da Inteligência Artificial, a informação sobre a origem dos conteúdos é crucial. No caso específico do jornalismo, uma atividade umbilicalmente ligada aos conceitos de transparência e credibilidade, a importância é ainda maior. Saber quem produziu um conteúdo, como o produziu e em que dados se baseou sempre foi importante, mas agora tornou-se decisivo para a sobrevivência do jornalismo (Canavilhas; Biolchi, 2024, p. 61).

Sendo assim, o jornalismo se desdobra para estabelecer um diálogo com o público e se adaptar ao uso cada vez mais frequente de ferramentas generativas. Em uma declaração firmada por relatores da ONU, OSCE, OEA e da Comissão Africana, foram estabelecidas diretrizes globais para proteger a liberdade de expressão e a independência da mídia diante da inteligência artificial. No texto é reforçado que embora a IA possa auxiliar as rotinas jornalísticas, a "concentração de poder e de controle nas mãos de alguns grandes atores corporativos" no desenvolvimento e implementação desses sistemas gera "sérias preocupações quanto à diversidade, ao pluralismo, à inclusão, à confiabilidade e à responsabilização do ecossistema midiático" (ONU, 2025, p. 3).

À medida que a inteligência artificial deixa de ser apenas uma ferramenta auxiliar e passa a influenciar diretamente decisões editoriais, fluxos de trabalho e a própria estrutura de poder nas organizações jornalísticas, a discussão ética extrapola o âmbito individual do

profissional e assume uma dimensão institucional. É nesse contexto que a Organização das Nações Unidas, passou a formular diretrizes voltadas à governança e ao uso responsável da inteligência artificial no jornalismo, como:

- a.** Identificar, no âmbito da organização, uma pessoa claramente responsável pela implementação e pelos resultados decorrentes do uso de sistemas de IA.
- b.** Realizar uma avaliação sistemática de riscos como condição prévia indispensável para a implementação responsável de sistemas de IA com finalidades jornalísticas.
- c.** Ao escolher um determinado fornecedor de tecnologia de IA, considerar em que medida esse fornecedor adotou medidas para assegurar o uso responsável dos dados. Para esse fim, devem ser rigorosamente avaliados a diversidade, a equidade e a qualidade dos dados, bem como o cumprimento das normas de privacidade e proteção de dados.
- d.** Trabalhar em conjunto com autoridades reguladoras independentes ou instâncias de autorregulação para o desenvolvimento de diretrizes e padrões voltados à implementação responsável de sistemas de IA no jornalismo. (ONU, 2025; p.10)

Essas diretrizes internacionais representam um esforço para reafirmar o jornalismo em um ambiente cada vez mais dependente tecnologicamente. Dessa forma, o deslocamento do olhar da ferramenta em si para o processo de adoção é de crucial importância para que a ética consiga equilibrar a inovação. Outro aspecto importante relacionado à incorporação da inteligência artificial é a precisão da informação, sendo que a ferramenta pode inventar fatos de maneira convincente.

Coeckelbergh (2023, p.8) fala que conforme os modelos ficam mais atualizados, novos aspectos éticos precisam ser revistos. O autor argumenta que o risco de enviesamento vem do treinamento dos modelos, uma vez que o aprendizado de máquina é fundamentado na estatística e na identificação de padrões, e não na compreensão da verdade. “Se um modelo é treinado com textos escritos predominantemente por homens, ele pode aprender a reproduzir estereótipos e vieses de gênero”. Segundo o relatório *Journalism and Technology Trends and Predictions 2026*, há um interesse em adotar medidas que verifiquem conteúdos gerados por IA “sem sacrificar a criatividade (e o apelo) que acompanham o uso de inteligência artificial” (Newman, 2026, p.28).

No jornalismo, conforme a ferramenta é cada vez mais capaz de propagar conteúdos falsos, as organizações procuram formas de verificação de conteúdo, adotando ferramentas especializadas em reconhecimento de IA, bem como “soluções para tornar os textos mais

naturais e próximos da linguagem humana, por exemplo, os aplicativos Willbot, Writesonic e TextCortex” (Sotero; Coutinho; Bezerra, 2025, p. 255). Esta dinâmica evidencia que a precisão não pode mais depender apenas de ferramentas automatizadas de checagem de saída; ela precisa ser internalizada no processo, através da checagem humana, redefinindo novas competências que se inserem cada vez mais no jornalismo.

Algumas funções novas já começam a surgir nas redações: o editor de IA e o treinador de IA, por exemplo. O primeiro deve ser como um filtro entre a IA e o público; ele deve apurar se ela fez o trabalho de forma competente e de acordo com as diretrizes editoriais, e deve ainda sugerir mudanças nos algoritmos, caso necessário. (Fernandes, 2025, p.19)

Portanto, a precisão jornalística é reconfigurada com a chegada da inteligência artificial, ela deixa de ser um valor abstrato e passa a se tornar uma etapa específica e contínua da esteira produtiva, indo da melhor forma de escrever um *prompt* a uma checagem criteriosa do conteúdo gerado, observando fatos e contextos. É nessa mediação ativa que o jornalista reafirma seu papel como garantidor último da informação confiável.

Ainda assim, outro fator determinante para a ética jornalística frente o uso de inteligência artificial é a responsabilidade (*accountability*). Silva (2025, p.44) afirma que não há uma tradução precisa para o termo, sendo em senso comum no jornalismo um termo de “prestação de contas junto ao público” e que “engloba o senso de responsabilidade editorial”. Como reforçam Lewis et al. (2025), os jornalistas negociam ativamente as normas de uso da IA, buscando alinhar a tecnologia aos valores centrais da profissão.

Essa dupla responsabilidade começa a ser formalizada não apenas pela autorregulação do campo (como as políticas editoriais), mas também por marcos legais externos. O projeto de Projeto de Lei 2338/2023³, aprovado no senado e em análise pela Câmara, regulamenta o uso de IA no Brasil, classificando em níveis de risco para “a vida humana e ameaça dos direitos fundamentais”. Ainda assim, o projeto de lei não abrange diretrizes específicas para o uso de conteúdos jornalísticos no treinamento de modelos de linguagem. Conforme pesquisa de Barcelos, Marques e Sandes (2025), mecanismos de IA podem migrar os meios de buscas tradicionais para chatbots de IAG, causando um déficit de acesso a portais jornalísticos.

³ “Projeto regulamenta uso da inteligência artificial no Brasil” Fonte: Agência Câmara de Notícias. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/1159193-projeto-que-regulamenta-uso-da-inteligencia-artificial-no-brasil>

Nesse contexto, é possível observar que a incorporação da inteligência artificial é inserida no jornalismo não como um processo meramente técnico, mas um fenômeno que reconfigura diretamente a profissão. Como cita Coeckelbergh (2023, p.79):

Outro sentido em que não existe IA por si mesma é que a tecnologia é sempre também social e humana: IA não é apenas sobre tecnologia, mas também sobre o que os seres humanos fazem com ela, como a usam, como a percebem e a experimentam, e como a incorporam em ambientes sociotécnicos mais amplos. Isso é importante para a ética – que também diz respeito às decisões humanas – e também significa que ela precisa incluir uma perspectiva histórica e sociocultural.

Como mostrado, a transparência se transforma em um requisito essencial e uma forma de resistência à fragilidade de legislações e das plataformas. A precisão exige que o jornalista materialize novas funções, da mediação continua a treinamentos de prompts e, por fim, a responsabilidade (*accountability*) expande-se da prestação de contas editorial para abarcar o impacto social da tecnologia e a defesa da sustentabilidade do próprio ecossistema jornalístico. Os dilemas levantados aqui - dos vieses algorítmicos às *deepfakes*, da dependência das Big Techs aos riscos regulatórios - só evidenciam que a IA não é uma ferramenta neutra. Demonstrando portanto, que sua adoção é carregada de valores, que exigem dos profissionais e organizações não apenas técnica, mas também um olhar ético atento e o compromisso com os deveres que fundamentam o jornalista diante a sociedade. Assim, é nesse cenário complexo, na qual a inovação e a ética caminham lado a lado, que se insere a investigação sobre o uso de inteligência artificial pelos veículos nativos digitais do Cariri, tema desta pesquisa.

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa de natureza exploratória e descritiva (Barros, 2006). A opção pelo paradigma qualitativo justifica-se pelo objetivo de compreender em profundidade os significados, percepções e práticas de jornalistas frente à inteligência artificial generativa (IAG), acessando a complexidade de um fenômeno social recente e em construção. Dada a escassez de estudos focados no contexto regional, a natureza exploratória foi a escolhida, essa metodologia permitiu mapear e descrever esse território ainda pouco conhecido.

Em um primeiro momento, foi realizado um levantamento de seis nativos digitais da cidade de Juazeiro do Norte, cidade localizada na região do Cariri. Os critérios para inclusão neste mapeamento foram: (a) produção regular de conteúdos jornalísticos; (b) contar com pelo menos um jornalista profissional formado em sua equipe; e (c) ter origem e operação totalmente no ambiente digital, mantendo produção ativa em sites e mídias sociais. Posteriormente, foi realizado o contato institucional com os responsáveis (editores-chefes ou jornalistas/empresários fundadores) de cada veículo, por meio da plataforma WhatsApp, para apresentar a pesquisa, seus objetivos e solicitar a participação.

A primeira amostra dos entrevistados foi constituída através da técnica "bola de neve" (ou *snowball sampling*) (Goodman, 1961). A partir dos contatos iniciais que manifestaram interesse e disponibilidade, foram obtidas indicações para outros profissionais locais que preenchem os critérios da pesquisa. Essa técnica se mostrou adequada para conseguir o acesso aos contatos e identificação dos profissionais de cada veículo.

Ainda na etapa de mapeamento do campo empírico, foram realizadas entrevistas abertas com cinco informantes, incluindo jornalistas e não jornalistas. As entrevistas com informantes tiveram caráter exploratório e contextual, não integrando a amostra principal da pesquisa. A inclusão desses informantes ocorreu em função de sua disponibilidade e inserção no ambiente comunicacional local, contribuindo para a compreensão ampliada das percepções e dinâmicas relacionadas ao tema investigado. O Quadro 1 sintetiza a descrição de cada veículo pela análise da autora, juntamente com informações obtidas na entrevista aberta.

Quadro 1 - Nativos Digitais de Juazeiro do Norte

Nativo digital	Descrição
Miséria	O Miséria atua desde 2005 no ambiente digital, sendo um dos veículos mais conhecidos da região. Sua cobertura jornalística abrange vários tipos de pautas jornalísticas regionais e nacionais, tendo como um tipo de slogan “Aconteceu, tá no Miséria”. Segundo uma matéria do site, o Miséria é hoje o 4º maior portal de notícias do Ceará, atuando ativamente em notícias para site e conteúdo multimídia para redes sociais
No Cariri Tem	O No Cariri Tem surgiu em 2016 e também abrange conteúdos diversos sobre a região, focando bastante em conteúdos regionais. No seu site há uma seção com algumas cidades do Cariri, como uma proposta de mostrar pautas de cada cidade. O veículo possui uma abordagem menos policialesca, levando a linha editorial para a cultura, religião, mas não deixando de pautar o factual da região. O portal é também muito ativo em redes sociais, onde concentra a maior parte do seu público.
Badalo	O portal Badalo se autointitula como "O Portal de Notícias do Cariri" e concentra maior parte do seu conteúdo em texto no site e também cobre eventos, política, economia e cultura do Cariri, com alguns destaques também para notícias nacionais relevantes para a região.

Fonte: Elaborado pela autora.

Em uma segunda etapa, foram feitas entrevistas semiestruturadas com um total de sete informantes. O instrumento da entrevista semiestruturada combina um roteiro-guia com abertura para exploração de temas emergentes (Boni; Quaresma, 2005) e foi escolhido por permitir ao entrevistado falar livremente sobre suas experiências e percepções. As entrevistas foram realizadas via Meet ou presencial, seguindo a disponibilidade dos informantes. Os eixos de análise que serviram como guias para a construção do roteiro de entrevista estão sintetizados no Quadro 2.

Quadro 2 -Definição das categorias de análise

Categoria	Objetivo da análise
Apropriações e aplicações	Mapear os usos concretos da IAG nas rotinas, a sofisticação da interação (prompts) e o estágio de adoção.

Transparência	Identificar as percepções sobre a obrigação de informar o uso de IA à audiência, as estratégias imaginadas ou adotadas e os obstáculos à sua implementação.
Precisão, verificação e limites da Ferramenta	Analisar como se dá o procedimento de verificação da informação gerada pela IA.
Responsabilidade, autoria e futuro da profissão	Compreender as noções de responsabilidade pelo conteúdo, a redefinição do papel profissional, a percepção de dependência das Big Techs e os temores quanto ao futuro.

Fonte: Elaborado pela autora.

O roteiro de entrevistas, presente no Apêndice A, estruturou-se em três blocos temáticos: (1) Identificação e contexto, voltado à caracterização do perfil do veículo e do jornalista; (2) Percepções sobre impactos e aspectos éticos do uso da inteligência artificial generativa; e (3) Contexto institucional e desafios, abordando práticas organizacionais, limites e perspectivas futuras relacionadas à adoção dessas tecnologias no jornalismo local. O Quadro 3 apresenta a relação dos profissionais entrevistados, cujos nomes foram mantidos em sigilo para resguardar suas identidades e assegurar que pudessem responder com liberdade, sem receio de constrangimentos.

Quadro 3 - Relação de entrevistados

Registro	Veículo	Data da entrevista
Entrevistado 1	Miséria	26/01/2026
Entrevistado 2	Miséria	26/01/2026
Entrevistado 3	No Cariri Tem	27/01/2026
Entrevistado 4	Badalo	28/01/2026
Entrevistado 5	Miséria	28/01/2026
Entrevistado 6	Miséria	30/01/2026
Entrevistado 7	No Cariri Tem	03/02/2026

Fonte: Elaborado pela autora.

Para a análise do material empírico, foram utilizadas ferramentas de transcrição de áudio (*TurboScribe*) e Google Docs para organizar e interpretar os dados. A análise dos dados seguiu uma abordagem qualitativa de caráter interpretativo, orientada pelas categorias analíticas previamente definidas a partir do referencial teórico. Além disso, a definição das categorias de análise guia a estruturação do Capítulo 4. O capítulo possui os seguintes subtópicos: “4.1 Perfil dos entrevistados e contexto dos veículos”, “4.2 A apropriação da IAG: Um mapa dos usos e experimentações no Cariri”. “4.3 Transparência e ética”.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE EMPÍRICA

4.1 Perfil dos entrevistados e contexto dos veículos

A cidade de Juazeiro do Norte, situada na região do Cariri, com aproximadamente 286.120 mil habitantes (Censo, 2022) é a quinta cidade mais populosa do Ceará. Apesar das tradicionais formas jornalísticas presentes na região, uma das que mais cresce é o jornalismo digital. Os nativos digitais, como discutido na seção 1.2, surgem como uma alternativa ao ecossistema da mídia tradicional (García-Orosa, López-García e Vázquez-Herrero, 2020). As características trazidas por Franciscato (2019) foram observadas nos resultados da pesquisa, quando a maior parte dos entrevistados frisou a importância da agilidade e rapidez, devido à instantaneidade da internet: “Uma coisa que é muito difícil no meio digital é que a gente tem que ser rápido” (Entrevistado 2).

Os veículos de comunicação que fazem parte desta pesquisa, nasceram e se constituíram no ambiente digital e suas características estruturais e funcionais refletem diretamente em como a IA é utilizada em cada um deles. O portal Miséria/M1 (Figura1), fundado em 2004, é considerado o primeiro portal on-line no interior do Ceará.

Figura 1 - Página principal do Portal Miséria/M1



Fonte: Reprodução

Além disso, o veículo se apresenta como o quarto mais acessado do Estado, ficando atrás apenas de grandes conglomerados⁴. Os jornalistas do veículo mostraram um certo consenso em afirmar que consideram o portal inovador por ser o pioneiro, a Entrevistada 2 apresentou a visão de que muito da sua inovação se dá na verdade também pela busca constante de adaptação e engajamento do público.

Nesse contexto, foi possível perceber que características discutidas por Mielniczuk (2003) estão presentes no jornalismo local. A adaptação de matérias do site para o Instagram e a produção de conteúdos direcionados a públicos específicos ilustram como a notícia circula, hoje, por um ecossistema integrado de plataformas (X, Instagram, Facebook, YouTube) e pelos distintos canais que cada uma delas comporta. De outro modo, quando discutida a noção da relação entre inovação e jornalismo, certas nuances foram percebidas. Para o entrevistado 6, a inovação está relacionada ao pioneirismo e a aceleração constante do meio digital. Ele observa que, por considerar o primeiro portal do Cariri, o Miséria enfrenta o desafio constante de se reinventar diante das transformações acumuladas desde sua fundação.

Essa dualidade é percebida também na fala do Entrevistado 2, que traça a adaptação do veículo:

A nossa relação hoje com as plataformas, com o meio digital, é grande, porque o veículo nasceu no meio digital. Então, a gente sempre teve que utilizar o meio digital, diferente de outros veículos, como aqueles que já vieram de rádio ou do jornalismo impresso. A gente já veio nesse mundo e já se criou nesse mundo. Só que a gente veio do mundo da internet, aqui do computador. E depois a gente teve que migrar para o Instagram e aprender como utilizar aquelas plataformas.

Dessa forma, notou-se que todos os jornalistas do Miséria/M1 afirmam que consideram a inovação como característica do portal, apesar de possuírem visões diferentes de como ela se dá. Essa narrativa é importante pois mostra que mesmo os "nativos digitais", conforme definidos por Lenzi (2020) – veículos nascidos na web –, não estão imunes aos processos contínuos de reconfiguração das rotinas (Franciscato, 2019). Eles já passaram por uma migração interna, do "mundo do computador" para o "mundo das plataformas sociais", o que exigiu um aprendizado constante. Esse histórico de adaptação forçada pela evolução das próprias plataformas digitais constitui o pano de fundo sobre o qual a inteligência artificial generativa (IAG) emerge hoje como mais um elemento de transformação.

⁴ “Adriana Russo, CEO do portal Miséria, compartilha trajetória do veículo em evento empresarial no Cariri. Disponível em:

<https://www.miseria.com.br/ultimas-noticias/cariri/adriana-russo-ceo-do-portal-miseria-compartilha-trajetoria-do-veiculo-em-evento-empresarial-no-cariri/>

O portal No Cariri Tem (Figura 2) surgiu em 2016 com a proposta de divulgar fotografias de lugares da região do Cariri. O veículo foi fundado por um profissional que não possui formação em jornalismo. De acordo com o Entrevistado 7, apenas em 2023 foram contratados profissionais e estagiários com formação específica para atuação na redação. A priori, a linha editorial do veículo era voltada para o campo da cultura, com o intuito de divulgar e cobrir eventos religiosos e culturais, principalmente devido às romarias sazonais.

Figura 2 - Página principal do Portal No Cariri Tem.



Fonte: Reprodução

O No Cariri Tem opera em múltiplas plataformas: site, TikTok e Instagram , mas é nesta última que concentra seu maior público. A centralidade da rede é explicitada pelo Entrevistado 7: “Nós temos o site... Só que tudo aquilo que nós produzimos é pensando no Instagram.” Ainda assim, os entrevistados 3 e 7 descrevem a relação de inovação muito interligada ao fato de conseguirem construir uma identidade/marca para o veículo: “Desde que a gente entrou, vem testando diferentes formatos de transmissão de conteúdo. Eu acho que essa tecnologia [inteligência artificial] entra muito na edição dos vídeos” (Entrevistado 3).

Contudo, o mesmo Entrevistado 7 apresenta uma visão crítica e desmistificada dessa relação. Para ele, a dinâmica com as plataformas é menos sobre inovação e mais sobre uma compreensão tática voltada à sobrevivência: “Então, eu acho que não diria inovador, mas sim entendedor daquilo que a plataforma exige para entregar o nosso material. Querendo sempre

se adaptar, né?”. Essas novas formas de adaptação de conteúdo, presentes no Miséria e No Cariri Tem, se conectam diretamente ao jornalismo pós-industrial (Anderson, Bell e Shirky, 2014), no qual a exploração de novos métodos se torna essencial para manter participação e receita.

Ainda assim, os entrevistados afirmaram que sua equipe é reduzida, sendo que os dois jornalistas trabalham em turnos opostos e desempenham papéis de redação, produção e edição. É possível observar que as práticas são atravessadas pela forma que a instituição e o jornalista se relacionam, o acúmulo de funções dos profissionais reflete diretamente nas percepções acerca tanto do uso de novas tecnologias como pela capacidade de experimentação. De certa forma, mesmo que a inovação seja valorizada, questões operacionais e estruturais impõem um limite concreto de até onde a inovação pode chegar.

O portal Badalo (Figura 3), fundado em 2018, abrange pautas diversas sobre o Cariri e funciona como site e também está presente ativamente nas plataformas Facebook e Instagram. O Entrevistado 4 discute que após uma redução da equipe, não considera mais o veículo inovador: “No começo tinha mais gente, foi reduzindo com o tempo, na pandemia ficaram três, depois dois, e aí depois só eu”. Sua fala ficou ainda mais clara quando surge a pergunta “Então só você escreve para site e para o Instagram?” acompanhado da resposta “Todas as plataformas, todas as funções, não dá para parar a questão de informação”.

Figura 3 - Página principal do Portal Badalo



Fonte: Reprodução

O Badalo não produz conteúdo audiovisual para o Instagram, diferentemente dos outros portais, mas possui um conteúdo jornalístico diário. O Entrevistado 4 atua em mais três lugares, sendo assim, grande parte do material produzido para o site é resultado da apuração produzida para outros veículos.

Os sete jornalistas que compõem essa pesquisa refletem diretamente as características e tensões que constituem o ecossistema midiático local. O perfil de jornalistas como o Entrevistado 1, mais crítico, é importante para entender alguns discursos presentes no tópico 4.3. Ele atua na redação do Miséria e é sua primeira experiência em redação após sua graduação em 2023, atualmente trabalha na função de redator para o site, produzindo textos mais densos e ficando fora das produções audiovisuais.

O Entrevistado 2, jornalista também do Miséria, é o atual coordenador da equipe. Formado em 2016, demonstrou um perfil aberto para novas formas de engajar o público. Dentre os profissionais, ele é o que possui um caráter mais aberto para integrar novos formatos dentro do portal.

As diferenciações das características profissionais e dos veículos são de suma importância para entender os contrastes entre as práticas. Discursos que se manifestam como pioneirismo, tática de sobrevivência ou construção de identidade. É nesse contexto midiático diverso e complexo que esta pesquisa busca entender como os portais classificados como “nativos digitais”, mesmo que diferentes em sua estrutura e funcionamento, se apropriam da inteligência artificial.

4.2 A apropriação da IAG: Um mapa dos usos e experimentações no Cariri

A análise das entrevistas identificou que, como discutido por Baldessar e Pinto (2023) na seção 2.2, as aplicações são adotadas por iniciativas individuais dos jornalistas. Nesse contexto, os usos e apropriações da inteligência artificial se dão, na maioria das vezes, pela plena curiosidade de experimentação e expectativa de que a IA possa ser uma auxiliar em trabalhos laborais. O contato com a ferramenta elenca para as possibilidades de automatização de processos que demandam mais tempo, como discute o Entrevistado 1: “Eu comecei a ver as maiores possibilidades, até por conta da demanda também... Então, que formas a gente tem de facilitar o trabalho, né? Uma ferramenta que facilite”.

No portal Miséria, uma das primeiras experimentações concretas se deu na transcrição de imagens e cards para texto, atividade anteriormente realizada de forma manual. O

Entrevistado 2 destaca que a decisão de utilizar a ferramenta partiu da necessidade de economizar tempo em tarefas repetitivas. De modo semelhante, o Entrevistado 6 associa a utilização da IAG à possibilidade de ampliar o volume de produção diária, especialmente diante de uma equipe enxuta: “Sobra mais tempo para a gente produzir mais conteúdo, já que somos uma equipe mais reduzida”.

Outra aplicação recorrente mencionada pelos jornalistas do portal Miséria refere-se ao uso do ChatGPT para criação de metadescrições e adaptação de títulos aos limites de caracteres do WordPress, especialmente com foco em estratégias de SEO (*Search Engine Optimization*). Tal uso evidencia a integração da IAG às dinâmicas de visibilidade algorítmica, reforçando sua função estratégica no posicionamento do conteúdo nos mecanismos de busca.

Durante as entrevistas, também foi possível observar que, no Miséria, os usos da IAG circulam internamente como “dicas” compartilhadas entre os jornalistas. Quando um profissional identifica uma aplicação funcional, tende a repassá-la aos demais, criando uma dinâmica informal de aprendizagem coletiva. Esse processo configura uma espécie de acordo tácito dentro da redação, estabelecendo gradualmente um “mapa de usos” construído pela prática cotidiana, e não por normativas formais. Tal dinâmica reforça a ideia de que a incorporação da IAG se dá por meio de uma cultura colaborativa e experimental, característica percebidas em redações digitais de menor porte, nas quais a inovação se desenvolve mais por adaptação pragmática do que por planejamento estratégico estruturado.

Por outro lado, em redações como o No Cariri Tem, jornalistas trabalham em contraturnos e não possuem contato direto um com o outro, dessa forma, esse “mapa” de experimentação se difere de um entrevistado para o outro. Para o Entrevistado 3 um dos principais usos é a análise e cruzamento de dados, além da correção de textos e transcrições de áudios, já o Entrevistado 7 cita apenas a correção de texto e transcrição de áudio como principal uso. Os jornalistas enfatizam que a aplicação é uma alternativa para uma lógica operacional de equipe menor juntamente com a ideia de agilidade no repasse das informações, o Entrevistado 7 fala que “Como nós somos uma equipe reduzida, não temos um editor de texto, um profissional específico para isso. Então, eu produzo ali meu texto. Geralmente, eu costumo passar por lá [ChatGPT]”.

De outro modo, a ênfase da rapidez foi muito presente em quase todas as falas dos entrevistados, “Se eu fosse parar e escutar uma por uma [entrevistas], não daria tempo na lógica de produção de conteúdo para a rede social. É uma lógica muito instantânea. A gente

terminou aqui, a gente já quer publicar, e somos cobrados para isso” (Entrevistado 3). Os discursos ainda assim operam com uma ideia também de competitividade:

“Porque a gente está no meio digital e tem que ser muito rápido. Se a gente não publicar logo, outra pessoa publica e aí vira essa concorrência muito grande. E eu até tenho muita matéria para sair logo e se a gente for parar para calcular dado, transcrever cada coisa, às vezes, vai demorar muito.” (Entrevistado 2)

Nesse contexto, a IAG não é apenas ferramenta de apoio técnico, mas instrumento inserido em uma lógica de disputa por visibilidade e alcance. A pressão por publicar rapidamente, somada à limitação de recursos humanos, cria um ambiente em que a automação se apresenta como solução estratégica para manter a relevância no ecossistema digital local.

A semiótica dos prompts discutida por Cruz e Santaella (2024) foi pouco observada durante a pesquisa, os jornalistas raramente refletiram sobre a relação entre o comando formulado e a qualidade ou direcionamento da resposta obtida, concentrando-se mais nos resultados imediatos da ferramenta do que na lógica de interação que estrutura sua performance.

Ainda assim, o Entrevistado 2 reconhece a existência de potencial inexplorado, ao afirmar que treinamentos específicos poderiam ampliar os usos da tecnologia: “Se as redações tivessem treinamentos de como usar o ChatGPT, poderíamos aprender ainda mais, porque eu acho que tem muito mais coisa para fazer com o ChatGPT, com o DeepSeek, com o Gemini, do que a gente pode imaginar”. A fala mostra que o uso ocorre em um estágio experimental, sem a existência de diretrizes ou protocolos formais que orientem sua utilização de maneira sistemática, apesar disso, o jornalista afirma que já foram pensadas e discutidas uma possibilidade de treinamento sobre como utilizar a IAG.

Por outro lado, o discurso do Entrevistado 4 evidencia uma faceta distinta da apropriação da IAG no contexto investigado. Diferentemente dos demais profissionais, o jornalista afirma utilizar inteligência artificial apenas para o agendamento de publicações por meio da ferramenta do Meta e transcrições de áudio, não recorrendo a sistemas generativos para produção ou edição de conteúdo. Segundo o entrevistado, essa escolha é consciente e está relacionada tanto a uma decisão pessoal quanto ao fato de que a ferramenta ainda não foi incorporada à rotina da redação: “Hoje pela questão de muitas funções e poucas mãos, mais um básico que é feito, mas não chegou a essa determinação”.

Essa posição revela que a incorporação da IAG não ocorre de maneira homogênea entre os profissionais analisados. Ao limitar o uso a funções automatizadas de plataforma — e não à geração de conteúdo — o jornalista mantém maior distanciamento da lógica

produtivista associada à automação textual. Tal postura indica que a adoção da tecnologia também pode ser atravessada por critérios individuais de confiança, adaptação ou resistência, evidenciando que o processo de apropriação permanece em construção e não se configura como consenso no campo local. O Quadro 4 sistematiza os principais usos identificados nas entrevistas, permitindo visualizar tanto os padrões recorrentes quanto as diferenças individuais na apropriação da IAG.

Quadro 4 -Relação do uso de inteligência artificial

Registro	USO (IA e IAG)
Entrevistado 1	Análise dados Correção textual Títulos SEO Transcrição de áudio Leitura de documentos (leis, atas, processos) Análise de dados
Entrevistado 2	Análise dados Correção textual Transcrição de áudio Leitura de documentos (leis, atas, processos) Análise dados Criação de fundo de imagem com meta ia
Entrevistado 3	Análise dados Correção textual Transcrição de áudio
Entrevistado 4	Agendamento de publicações pela meta IA Transcrição de áudio
Entrevistado 5	Análise dados Correção textual Transcrição de áudio Leitura de documentos (leis, atas, processos) Análise dados
Entrevistado 6	Análise dados Correção textual Transcrição de áudio Leitura de documentos (leis, atas, processos) Análise dados
Entrevistado 7	Correção textual Transcrição de áudio Expansão de imagem

Fonte: Elaborado pela autora

Observa-se, a partir do Quadro 4, que os usos mais recorrentes concentram-se em atividades de apoio operacional, como transcrição de áudios, correções textuais e análise de dados. Tais aplicações reforçam o caráter instrumental identificado ao longo da análise, revelando que a IAG é adotada majoritariamente para otimização de tempo e suporte à rotina produtiva. A maioria dos entrevistados revelou que considera a inteligência artificial uma ferramenta de apoio técnico a atividades “não jornalísticas”, dialogando diretamente com a pesquisa de Baldessar e Pinto (2023). Além disso, emergem também discursos que tensionam a incorporação da inteligência artificial na prática jornalística, parte dos entrevistados argumenta que é necessário preservar a identidade e autoria dos textos. A fala do Entrevistado 2 evidencia essa preocupação:

“Não gosto dessa ideia de que você pode só apurar e jogar as informações lá pra ela [IA] gerar o texto. Não, porque a gente sabe que a IA também tem ali suas questões éticas, a gente tem as nossas questões éticas, a gente sabe qual é o direcionamento que quer colocar no texto, enfim. Então, eu tento preservar muito por não utilizar para escrever por mim ou pensar por mim.” (Entrevistado 2)

Esse posicionamento revela que, embora a IAG esteja presente nas rotinas profissionais como ferramenta de apoio, sua aplicação em outros fluxos jornalísticos, como na escrita, são atravessados por questões éticas e profissionais. A distinção estabelecida entre “escrever por mim” e “pensar por mim” mostram que os jornalistas estabelecem parâmetros bem demarcados de até onde a IAG pode entrar em sua práxis, sendo que, todos os entrevistados revelaram preocupações éticas acerca do uso da IAG no jornalismo.

Além disso, os profissionais mencionaram que uma barreira para a implementação concreta da IAG como ferramenta institucional, é a falta de investimento por parte dos proprietários dos veículos. O Entrevistado 7 argumenta: “O que seria mais barato para um proprietário? Custear uma assinatura de x reais ou contratar mais um profissional [...] Na mente do dono, ele sempre vai preferir o lucro”. Em complemento com a fala do profissional, o Entrevistado 4 argumenta: “Quando se fala em investimento, os patrões não querem fazer. Vão querer usar as [ferramentas] grátis e as gratuitas não vão entregar o que eles querem”.

Esses discursos revelam que a ausência de treinamentos e investimentos contribuem para que a apropriação da IAG ocorra de maneira autodidata e fragmentada, reforçando seu caráter empírico. Nesse cenário, a inovação não é resultado de planejamento organizacional, mas de iniciativas isoladas dos próprios jornalistas, que incorporam a tecnologia conforme suas demandas imediatas e possibilidades individuais.

De modo geral, o mapeamento dos usos evidencia que a apropriação da IAG nos portais analisados é predominantemente pragmática, orientada à eficiência operacional e à manutenção do ritmo produtivo em contextos de equipes reduzidas. A incorporação da tecnologia ocorre de forma heterogênea, atravessada por questões éticas, disputas simbólicas sobre autoria e limitações estruturais de investimento. Assim, a IAG consolida-se como ferramenta estratégica de apoio às rotinas produtivas, mas sua institucionalização permanece parcial e tensionada por fatores econômicos, profissionais e organizacionais, dessa forma, se faz necessário analisar as perspectivas dos profissionais sobre aspectos éticos acerca da inteligência artificial.

4.3 Transparência e ética

A incorporação da inteligência artificial no jornalismo local não se limita à dimensão produtiva. Na verdade, sua chegada coloca em tensão princípios historicamente ligados ao jornalismo, como checagem, transparência e responsabilidade editorial. Como argumentam Cruz e Santaella (2024), os profissionais frequentemente se deparam com um embate na navegação da eficiência da IA e aspectos éticos que atravessam o assunto. Nesse mesmo aspecto, as entrevistas revelaram que, paralelamente ao uso experimental da ferramenta, emergem questões relacionadas a autoria de texto, precisão de informações e a necessidade - ou não - de informar o público sobre o uso de inteligência artificial.

Mesmo antes de ser questionado diretamente sobre aspectos éticos, o Entrevistado 1 demonstrou uma visão mais crítica sobre o uso da IAG para escrita de textos jornalísticos:

“Nenhuma plataforma que a gente utiliza é exata. Envolve muitos parâmetros éticos. Essas plataformas são controladas por Big Techs. E esses donos dessas Big Techs defendem coisas e criam essas plataformas para isso. Então, por isso eu acho que provavelmente vai continuar assim, ainda é um pouco arriscado.”

A fala evidencia uma dupla dimensão de preocupação: por um lado, o reconhecimento das limitações técnicas da ferramenta, entendida como passível de erros; por outro, uma desconfiança estrutural em relação ao controle exercido pelas *Big Techs*. A percepção de que as plataformas não são neutras, mas atravessadas por interesses políticos e econômicos, dialoga diretamente com a reflexão de Poell, Nieborg e Van Dijck (2020). Desse modo, o entrevistado desloca o debate da esfera meramente operacional para uma problematização acerca de poder, ideologia e dependência tecnológica no jornalismo contemporâneo,

evidenciando que a adoção da IAG também envolve disputas simbólicas e estruturais no campo comunicacional.

Nas entrevistas, embora nem todos utilizassem o termo técnico “alucinação”, a percepção de que a ferramenta pode “inventar” informações apareceu de forma recorrente. Alguns profissionais relataram já ter identificado erros factuais, dados imprecisos ou citações inexistentes geradas pela IA, o que reforça a necessidade de checagem posterior. O Entrevistado 1 relata que quando fazia um “prompt mais solto” a IAG frequentemente reescrevia informações de forma enviesada, mudando aspas ou até mesmo adicionando interpretações enviesadas. Tal dinâmica evidencia que o risco não se limita à imprecisão factual, mas envolve também a reconfiguração discursiva do conteúdo, com possíveis impactos sobre o sentido e o enquadramento da informação.

Nesse contexto, o profissional afirma que devido a acontecimentos desse tipo, tem receio que mesmo a informação passando por verificações, em momentos que o profissional tenha mais demanda, detalhes passarão despercebidos. Em complemento com a fala do Entrevistado 1, outro entrevistado relata:

Uma vez eu joguei um texto lá no chat do GPT para poder corrigir. E aí ele acabou criando informações que não estavam naquele texto. Se eu não tivesse prestado atenção e não tivesse lido o texto novamente para poder entender e corrigir, a matéria teria sido publicada com aquela informação que não tinha. Porque ele gerou aquela informação. (Entrevistado 5)

Essa preocupação presente na fala dos jornalistas dialoga diretamente com o pensamento de Souza (2025) ao afirmar que, em um ecossistema midiático no qual a rapidez se configura como um dos principais valores-notícia, erros cometidos pela IAG podem facilmente passar despercebidos.

Observando de uma maneira geral, pelo menos 6 dos 7 entrevistados afirmaram que já perceberam algum descompasso nas informações geradas pela IAG. Esses descompassos se manifestaram como modificação de texto, excesso de adjetivos e até mesmo informações desatualizadas. Nesse contexto, os jornalistas relatam que quando utilizam o ChatGPT como ferramenta de busca, notam que as informações podem ser desatualizadas ou erradas, o Entrevistado 6 relata que ao buscar a listagem de municípios que formam o Cariri, a ferramenta mostrou cidades que não faziam parte da região.

Esses episódios evidenciam que a adoção da IAG não elimina a etapa de verificação jornalística, mas, paradoxalmente, exige uma vigilância redobrada. Ainda assim, fica claro que, em um cenário no qual a inteligência artificial é passível a erros e desinformação, os

jornalistas entrevistados apresentam resistência e cautela na aplicação da IAG para etapas jornalísticas como texto e decisões criativas.

O Entrevistado 1 é particularmente enfático nesse aspecto, ao afirmar que o uso excessivo da ferramenta pode acarretar dependência e comprometer habilidades próprias do exercício jornalístico: “Por isso eu evito também, como já disse, para não perder esse costume de... Poxa, eu ainda sei pontuar, eu ainda sei.... Eu ainda sei julgar”.

A fala explicita o receio de que a delegação contínua de tarefas cognitivas à IAG possa impactar a capacidade crítica e interpretativa do jornalista. Mais do que uma simples ferramenta de apoio, a tecnologia passa a ser percebida como potencial agente de reconfiguração das competências profissionais, tensionando os limites entre auxílio técnico e substituição simbólica do julgamento humano.

É nesse contexto que é possível analisar a visão dos entrevistados sobre verificação e responsabilidade. Ao serem questionados “Se uma informação gerada por IA e publicada estiver errada ou for tendenciosa, quem você acredita ser o principal responsável? O jornalista, a redação, ou a empresa que criou a ferramenta?”, grande parte dos entrevistados respondeu que, embora a IAG possa ser uma ferramenta auxiliar, cabe ao jornalista o papel fundamental de checagem de fatos e toda a responsabilidade ao divulgar uma informação que passou por inteligência artificial. “A ferramenta está lá e nós, enquanto profissionais, temos noção do que ela é capaz de fazer. A partir do momento que eu publico aquilo que foi gerado, eu assumo essa responsabilidade da informação que eu estou divulgando” (Entrevistado 7).

A eficiência produtiva proporcionada pela ferramenta convive com a necessidade de monitoramento constante, reafirmando que a responsabilidade final pelo conteúdo publicado permanece sob a mediação humana. Essa percepção reafirma um princípio central do campo jornalístico: a mediação humana como instância última de validação e responsabilidade. Assim, mesmo diante da incorporação de sistemas automatizados, a responsabilidade não é deslocada para a tecnologia ou para as empresas que a desenvolvem, mas permanece vinculada ao exercício ético da profissão.

Apesar de haver maior consenso quanto à responsabilidade inegociável do jornalista, o Entrevistado 1 apresenta uma visão ampliada do problema, ao afirmar que todos os atores envolvidos compartilham, em alguma medida, essa responsabilidade. Segundo ele, as empresas de tecnologia respondem por não possuírem controle exato sobre os resultados gerados: o Estado, pela ausência de regulamentação eficaz das Big Techs; e o jornalista, por não realizar a devida verificação das informações. Tal posicionamento amplia o debate para

além da esfera individual, inserindo-o em uma dimensão estrutural e política da governança tecnológica.

Outra dimensão analisada nesta pesquisa refere-se à percepção dos jornalistas acerca da obrigação de informar à audiência quando há utilização de inteligência artificial na produção de conteúdos. Nesse aspecto, houve consenso entre os entrevistados quanto à importância da transparência sobre o uso da ferramenta. Para a maioria dos profissionais, tornar público o auxílio da IA configura-se como medida ética necessária, especialmente diante de riscos associados à desinformação, à circulação de *deepfakes* e ao contexto sensível de períodos eleitorais.

Segundo os profissionais, em dado momento o conteúdo feito por inteligência artificial será quase indistinguível de conteúdos reais. “Quando o Trump invadiu a Venezuela, por exemplo. Tinha muita geração de vídeos e coisas assim que pareciam muito reais. Foi muito difícil de ver o que realmente era verídico e o que era criado por IA. E isso acabou gerando alguns conflitos até mesmo lá dentro da redação mesmo” (Entrevistado 5). A fala evidencia que a preocupação não se limita ao plano abstrato, mas emerge de experiências concretas de incerteza informacional dentro das próprias rotinas profissionais. A possibilidade de confusão entre conteúdos autênticos e fabricados reforça a centralidade da transparência como mecanismo de preservação da credibilidade jornalística.

No que se refere às formas de sinalização, os entrevistados também apresentaram sugestões distintas. O Entrevistado 1 defende a criação de uma aba específica no site destinada à explicitação das políticas editoriais e dos critérios de uso da IA no veículo, configurando uma estratégia institucional de transparência. Já os demais profissionais sugeriram alternativas mais pontuais, como a inserção de um ícone ou selo identificador, ou ainda a indicação ao final do texto informando que houve auxílio da ferramenta.

Essas propostas revelam que, embora exista consenso quanto à importância da transparência, ainda não há padronização ou formalização de diretrizes institucionais sobre o tema. A transparência, nesse sentido, aparece mais como princípio normativo compartilhado do que como prática consolidada nas rotinas editoriais.

Outro ponto relevante observado nas entrevistas refere-se à delimitação do que, de fato, deveria ser informado à audiência. Para alguns dos entrevistados, não haveria necessidade de sinalizar o uso da IAG quando esta é empregada em funções consideradas auxiliares, como correções ortográficas, análise de dados ou transcrição de áudios. A obrigação de transparência estaria mais associada a conteúdos em que a IA atua diretamente

na criação de imagens, vídeos ou textos com maior grau de intervenção, como afirma um dos entrevistados:

Eu acho que sim, mas principalmente em imagens. Imagens ou vídeos que têm alguma atuação, eu acho que seria importante, mas de uma forma que a gente faz, que é apenas para fazer alguma correção ortográfica ou para fazer uma transcrição de um vídeo, eu acho que não há necessidade (Entrevistado 7).

Essa distinção revela uma hierarquização interna dos usos da tecnologia. Ferramentas aplicadas a tarefas operacionais são percebidas como extensões técnicas do trabalho jornalístico, enquanto aplicações com maior potencial de intervenção criativa ou manipulativa são associadas a riscos éticos mais elevados. Assim, a transparência não é concebida como princípio absoluto, mas como prática contextual, acionada conforme o grau de interferência da inteligência artificial no produto final.

Tal percepção reforça que a discussão ética no jornalismo local não se organiza em torno de uma rejeição da tecnologia, mas da delimitação de fronteiras entre suporte técnico e autoria. A preocupação central dos entrevistados não reside apenas na existência da ferramenta, mas na preservação da credibilidade e da autonomia profissional diante de um cenário informacional cada vez mais automatizado.

Ainda assim, a relação entre tecnologia e território é um ponto de suma importância para compreender as dinâmicas e percepções dos jornalistas sobre a IAG. A análise das entrevistas demonstrou que, embora a ferramenta cumpra um papel auxiliar nas rotinas produtivas, os profissionais não a percebem como capaz de substituir o conhecimento situado e a vivência local que caracterizam o jornalismo regional.

Não consegue retratar porque ela não vive a região. E aí acho que é justamente esse diferencial que tem... Fico muito tranquila, inclusive, de que a nossa profissão não vai acabar, porque não tem como. Para você entender uma região, para você conseguir dar um contexto político, social, econômico adequado, você tem que ter um olhar humano. (Entrevistado 1)

A fala evidencia que a confiança na permanência da profissão está diretamente associada à dimensão territorial do jornalismo. No contexto do Cariri, onde as relações sociais, políticas e culturais são marcadas por proximidade e conhecimento mútuo da região, a produção da notícia demanda mais do que processamento informacional: exige experiência contextual, sensibilidade sociocultural e inserção no tecido social.

Entretanto, essa percepção não é unânime. O Entrevistado 4 apresenta uma visão mais tecnicista ao afirmar que, se devidamente treinada, a inteligência artificial poderá chegar

“perto do ideal”, conseguindo retratar a realidade regional com maior precisão. Essa perspectiva introduz uma tensão relevante no campo analisado: enquanto alguns profissionais sustentam que a experiência territorial é insubstituível, outros reconhecem na evolução tecnológica a possibilidade de aproximação progressiva entre máquina e contexto.

Essa divergência revela que o debate não se organiza em torno de uma oposição apenas entre aceitação e rejeição da tecnologia, mas de diferentes concepções sobre os limites da automatização no jornalismo regional. De um lado, a IA é vista como incapaz de reproduzir a complexidade relacional e cultural da região; de outro, acredita-se que seu aprimoramento técnico possa reduzir essas lacunas. Assim, a relação entre inteligência artificial e jornalismo local permanece em aberto, configurando-se como campo de negociação entre inovação tecnológica e preservação do capital simbólico associado à experiência territorial.

Ainda assim, outro aspecto crucial revelado nesta pesquisa refere-se aos temores e desafios enfrentados pelos profissionais no contexto regional. As percepções éticas dos entrevistados em relação à IAG avançam para uma dimensão que ultrapassa a discussão sobre uso técnico e transparência, alcançando preocupações relacionadas ao mundo do trabalho e à sustentabilidade da profissão no cenário local.

Ao analisar as entrevistas, foi possível identificar que uma das maiores inquietações diz respeito à utilização da inteligência artificial por profissionais não jornalistas na criação de novos portais informativos na região. Os entrevistados relatam receio de que conteúdos produzidos por jornalistas sejam apropriados por outros veículos e reescritos com o auxílio de IAG, sem a devida atribuição de crédito ou reconhecimento autoral.

Uma coisa que eu tenho percebido muito é que a gente vê que tem muitos portais menores que não tem como a gente saber se um texto é 100% IA, mas quando a gente trabalha com isso, quando você bate o olho em um texto, dá para perceber algumas características que indicam de que aquele texto foi completamente gerado por IA. (Entrevistado 1)

A fala evidencia uma percepção de disputa simbólica e econômica no ecossistema informacional local. A possibilidade de reescrita automatizada de conteúdos reduz barreiras técnicas para produção de textos noticiosos, permitindo que atores externos ao campo jornalístico tradicional ocupem espaço no ambiente digital regional. Nesse cenário, a IAG é percebida não apenas como ferramenta de apoio, mas como mecanismo que pode facilitar práticas de apropriação indevida e intensificar a concorrência por audiência e relevância.

Dessa forma, a análise das entrevistas demonstra que a incorporação da IAG no jornalismo regional não se restringe apenas à adesão de uma ferramenta de auxílio produtivo. Ela fomenta debates sobre ética, responsabilidade, transparência, território, identidade profissional e sustentabilidade do trabalho jornalístico. Longe de uma adesão irrestrita ou de uma rejeição tecnofóbica, o que se observa é um processo de negociação contínua – como explicitam Lewis et al. (2025) na seção 2.3 – na qual os profissionais buscam reafirmar o capital simbólico da profissão. Dessa forma, o que se observa nesse contexto, é que a inteligência artificial não redefine completamente o jornalismo regional. Porém, tensiona seus limites, demonstrando a importância da mediação humana e do jornalismo.

CONCLUSÃO

Esta pesquisa teve como objetivo analisar como os jornalistas percebem e incorporam a inteligência artificial generativa em suas rotinas produtivas, considerando dimensões éticas, territoriais e profissionais. O trabalho teve como recorte territorial o município de Juazeiro do Norte, com foco em veículos nativos digitais, a partir dessa delimitação foi possível analisar a percepção de sete jornalistas sobre o uso da IAG no exercício da profissão. Partiu-se do problema de compreender de que forma a adoção dessa tecnologia tensiona princípios históricos do jornalismo local, como checagem, transparência, responsabilidade editorial e mediação humana.

Com a análise das entrevistas foi possível perceber que a inteligência artificial adentra nas rotinas profissionais não como uma prática institucionalizada, mas de forma instrumental e cautelosa. A tecnologia é percebida como uma ferramenta de apoio, especialmente em tarefas operacionais como organização de informações, correções textuais, transcrição de áudio, porém, também foi possível observar que os jornalistas possuem resistência à ideia de delegar à IAG produções autorais ou a tomada de decisões criativas. Observou-se que os profissionais não adotam uma postura de rejeição absoluta à inovação tecnológica, mas também não demonstram adesão irrestrita à automatização.

A integração da inteligência artificial se dá através de um processo contínuo de negociações, no qual os valores historicamente consolidados do jornalismo — como checagem, responsabilidade e autonomia profissional — funcionam como parâmetros para delimitar os usos considerados legítimos da ferramenta. Um aspecto particularmente relevante evidenciado nas entrevistas refere-se à engenharia de prompts. Embora parte da literatura aponte essa prática como uma das principais reconfigurações do fazer jornalístico, no contexto analisado observou-se que, apesar de reconhecerem a importância de capacitação técnica, os profissionais ainda não incorporam de forma sistemática reflexões aprofundadas sobre a formulação dos comandos e a interpretação crítica das respostas geradas.

Os debates éticos revelaram que preocupações já historicamente ligadas ao jornalismo se intensificam com a chegada da inteligência artificial. A possibilidade de geração de informações imprecisas ou inexistentes — frequentemente chamadas de alucinações — demonstram a importância da checagem e amplia a percepção de risco no uso da ferramenta por parte dos jornalistas.

Além disso, a discussão sobre responsabilidade demonstrou um consenso quanto à manutenção de conteúdos gerados por IAG. Mesmo reconhecendo as limitações técnicas da

ferramenta e a influência estrutural das *Big Techs* no desenvolvimento dos sistemas, os jornalistas ainda assim atribuem a si próprios a responsabilidade final pelo conteúdo publicado.

A transparência também surgiu como um fator chave no debate ético. Os entrevistados defenderam de forma unânime a importância de informar o público quando há o uso de inteligência artificial, especialmente em conteúdos com maior potencial de intervenção criativa como imagens e vídeos. Entretanto, foi possível observar que essa transparência é vista de maneira contextual, variando conforme o nível de intervenção da ferramenta no produto final.

Ademais, as análises das entrevistas demonstraram também que, com o avanço exponencial de *deepfakes* se intensificam as preocupações quanto à circulação de informações falsas. Reforçando assim a percepção de que o uso da IAG requer critérios éticos rigorosos. Desse modo, a incorporação da IAG não remove os fundamentos éticos do jornalismo local, mas os reatualiza diante da chegada da inteligência artificial.

O estudo também revelou aspectos particulares na relação entre jornalismo regional e IAG. No que se refere a territorialidade, a pesquisa evidencia que a região do Cariri emerge como elemento central na construção de identidade e legitimidade do jornalismo local. Os entrevistados demonstram que conhecimento situado na região é uma distinção. Isto é, as vivências, proximidades com as fontes, compreensão culturais e políticas não podem ser substituídas por sistemas automatizados, ou seja, a experiência cotidiana no Cariri é percebida como componente essencial para a contextualização da informação.

Nesse sentido, a IAG é percebida como uma ferramenta auxiliar em atividades consideradas laborais, mas não como um agente de produções, que demandam experiências territoriais. Entretanto, a pesquisa também revelou a possibilidade de nuances. Enquanto a maior parte dos entrevistados sustenta a ideia de que a experiência territorial é insubstituível, outro reconhece que se devidamente treinada, a IAG poderia se aproximar da realidade local. Essa divergência demonstra que embora a região seja uma forma de capital simbólico, não está imune às evoluções tecnológicas.

Nesse contexto, é possível perceber que o território não é uma barreira à adoção de novas tecnologias, mas um parâmetro de negociação. A adoção da IAG no contexto de Juazeiro do Norte na verdade reforça a percepção de que a credibilidade e legitimidade do jornalismo estão intrinsecamente ligadas à experiência social dos profissionais. Desse modo, o território se consolida como diferencial simbólico no cenário comunicacional.

Outro aspecto encontrado, apesar de pouco discutido no referencial teórico, é a precarização da profissão. Fica evidente que, até em redações com mais jornalistas, as falas sobre redução de profissionais, necessidade de produção contínua e rápida são muito frequentes. Dessa forma, a discussão sobre a inserção da inteligência artificial nas redações nativas digitais abrem caminhos para um novo aspecto da profissão na região. O que foi possível perceber não é o temor de novas reconfigurações ou habilidades na prática jornalística. O receio não se concentra na substituição direta do jornalista, mas no crescimento de portais informativos que utilizam ferramentas automatizadas sem contar com profissionais qualificados, ampliando riscos de plágio e fragilização da credibilidade informacional na região.

Esta pesquisa não fica ausente de limitações em seu percurso. A primeira refere-se à dimensão da amostra. Foram entrevistados sete jornalistas pertencentes a três redações de veículos nativos digitais do município de Juazeiro do Norte. Embora o número seja compatível com abordagens qualitativas, trata-se de um recorte específico que não permite generalizações para todo o Cariri, tampouco para o contexto do jornalismo brasileiro. Os resultados, portanto, devem ser compreendidos como indicativos de tendências e percepções situadas.

Outra limitação diz respeito à natureza metodológica da investigação. A pesquisa baseou-se exclusivamente em entrevistas semiestruturadas realizadas individualmente, o que implica dependência do discurso e da autopercepção dos participantes. Não foi possível realizar observação direta das rotinas produtivas nas redações, em razão de incompatibilidades de agenda e disponibilidade dos profissionais. Dessa forma, não se pode descartar a existência de possíveis discrepâncias entre as práticas efetivas e os relatos apresentados, nem a influência de respostas socialmente desejáveis diante de um tema sensível como o uso de inteligência artificial.

Além disso, o recorte territorial restrito ao município de Juazeiro do Norte e a concentração em veículos nativos digitais excluem outras dinâmicas presentes em meios como rádio, televisão ou imprensa tradicional, o que pode produzir variações significativas na forma de incorporação da IAG. Soma-se a isso o caráter acelerado das transformações tecnológicas: considerando que a inteligência artificial encontra-se em constante evolução, as percepções analisadas refletem um momento específico de transição, passível de reconfiguração em curto espaço de tempo.

Desse modo, é possível refletir sobre desdobramentos futuros neste campo de investigação. Esta pesquisa constitui um dos primeiros estudos realizados no município de

Juazeiro do Norte e na região do Cariri acerca da relação entre jornalismo e inteligência artificial generativa, podendo servir como ponto de partida para novas investigações sobre o tema no contexto regional.

A partir das limitações identificadas, futuros estudos podem ampliar o recorte territorial, incluindo outros municípios do Cariri, bem como diversificar os tipos de veículos analisados, contemplando rádio, televisão e mídias tradicionais. Além disso, pesquisas que incorporem observação participante ou etnografia de redação poderão aprofundar a compreensão das práticas efetivas de uso da IAG, superando a análise baseada exclusivamente na autopercepção dos profissionais.

Considerando o caráter dinâmico das transformações tecnológicas, também se mostra pertinente a realização de estudos longitudinais que acompanhem, ao longo do tempo, as reconfigurações das rotinas produtivas e das normas éticas diante da evolução da inteligência artificial. Dessa forma, amplia-se a compreensão sobre como o jornalismo regional negocia, adapta e ressignifica seus fundamentos em um cenário de crescente automatização.

Por fim, evidencia-se que a adoção da inteligência artificial no jornalismo não se dá como uma mudança significativa, mas como um processo de negociação contínua entre movimentos de inovação tecnológica e fundamentos historicamente ligados à profissão. Ao investigar o contexto de Juazeiro do Norte, este estudo demonstra que embora a IAG introduza novas práticas operacionais e fomenta novos debates éticos, a mediação humana, responsabilidade editorial e vivência regional se mostram como pontos centrais da credibilidade jornalística.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Christopher W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 5, n. 3, p. 30-89, 2013.

BALDESSAR, Maria José; PINTO, Larissa Gaspar Coelho. Inteligência Artificial no jornalismo: primeiras impressões sobre o uso do ChatGPT. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 20, n. 2, jul./dez. 2023.

BARCELLOS, Z.; MARQUES, A. de A.; SANDES, E. Leis de proteção ao jornalismo no Brasil e impactos das IAGs nas democracias. **Lumina**, Juiz de Fora, v. 19, n. 2, p. 19–35, 2025. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/47134>. Acesso em: 13 jan. 2026.

BECKETT, C; YASEEN, M. **Generating Change**: A global survey of what news organisations are doing with AI. London: LSE, 2023.

BELL, Emily J. et al. **The platform press**: How Silicon Valley reengineered journalism. 2017.

BONI, Valdete; QUARESMA, Sílvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. **Em tese**, v. 2, n. 1, p. 68-80, 2005.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BUARQUE, Daniel; MIRAGLIA, Paula. **Jornalismo e Inteligência Artificial**: impacto para publishers brasileiros. São Paulo: Momentum – Journalism and Tech Task Force, 2024.

CANAVILHAS, João. Jornalismo na Web: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. **Revista Aprender**, v. 32, p. 58-65, 2012.

CANAVILHAS, João. Jornalismo sem jornalistas? Responde a inteligência artificial. **Anuário Internacional de Comunicação Lusófona**, 2023.

CANAVILHAS, João; BIOLCHI, Bárbara. Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo. **Mídia e Cotidiano**, Santa Catarina, v. 18, n. 2, 2024. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/62654/36888>. Acesso em: 17 fev. 2025.

CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; GIACOMELLI, Fábio (orgs.). **Inteligência Artificial e Jornalismo Móvel**: Contextos, tendências, práticas e perspectivas. Covilhã: LabCom, 2024.

CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; MORAIS, Ricardo; GIACOMELLI, Fábio (Org.). **Mobilidade e Inteligência Artificial**: Os Novos Caminhos do Jornalismo. Covilhã: LabCom, 2022.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

COECKELBERGH, Mark. **Ética na inteligência artificial**. Tradução de Clarisse de Souza et al. São Paulo: Ubu Editora; Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2023.

COSTA, Rafael Rodrigues da; ARAÚJO, Mayara Carolinne Beserra de; LIMA, Raphaelle Christine Batista de. **Apontamentos para um perfil dos arranjos alternativos de jornalismo no Ceará**. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/53130>. Acesso em: 13 nov. 2025.

CRUZ, Kalynka; SANTAELLA, Lucia. **Jornalismo e inteligência artificial podem caminhar juntos?** São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2024.

DA SILVA, Jean Michel Galindo et al. Uso de Inteligência Artificial no jornalismo: impactos, desafios e oportunidades na prática jornalística contemporânea. **Convergências: estudos em Humanidades Digitais**, v. 1, n. 8, p. 73-96, 2025.

DALBEN, Silvia. **Jornalismo automatizado no Brasil: análise de três robôs no Twitter**. **Brazilian Journalism Research**, v. 16, n. 3, 2020.

DE-LIMA-SANTOS, Mathias-Felipe; CERON, Wilson. Artificial intelligence in news media: Current perceptions and future outlook. **Journalism and media**, v. 3, n. 1, p. 13-26, 2021.

DUARTE, Jorge. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. Atlas, 2005.

DIAKOPOULOS, Nicholas. **Automating the news: How algorithms are rewriting the media**. [S. l.]: Harvard University Press, 2019.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2015. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788572445979/>. Acesso em: 21 nov. 2025.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio, o veículo, a história e a técnica**. Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FERREIRA, P. H. O. O jornalismo e as tecnologias de informação on-line: do Telégrafo à Internet Móvel. In: ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO, 2., 2004, Florianópolis. **Anais eletrônicos [...]**. Florianópolis: Rede Alfredo de Carvalho, 2004. Acesso em: 14 nov. 2025.

FERNANDES, D. Inteligência artificial no jornalismo: Aspectos cognitivos da ética jornalística. **Esferas**, v. 1, n. 32, 1 maio 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.31501/esf.v1i32.15579> Acesso em: 21 nov. 2025.

FIGARO, Roseli; BARROS, Janaina Visibeli; KINOSHITA, Jamir. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia. **Anais**, 2019.

FIGARO, Roseli; NONATO, Claudia. Novos 'arranjos econômicos' alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea: Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 15, n. 1, p. 47-63, jan./abr. 2017.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Tecnologias digitais e temporalidades múltiplas no ecossistema jornalístico. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n. 2, p. 132-146, ago./nov. 2019.

GARCÍA-OROSA, Berta; LÓPEZ-GARCÍA, Xosé; VÁZQUEZ-HERRERO, Jorge. Journalism in Digital Native Media: Beyond Technological Determinism. **Media and**

Communication, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 5-15, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2702>. Acesso em: 21 nov. 2025.

LÓPEZ-GARCÍA, Xosé; VÁZQUEZ-HERRERO, Jorge; GARCÍA-OROSA, Berta. Introducción: medios nativos digitales: de realidad consolidada a la búsqueda de la sostenibilidad deseada. In: GARCÍA-OROSA, Berta; VÁZQUEZ-HERRERO, Jorge; LÓPEZ-GARCÍA, Xosé (coord.). **De nativos a integrados: treinta años de transformación digital de los medios en España**. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2025. p. 11-17.

GOODMAN, Leo A. Snowball Sampling. In: **Annals of Mathematical Statistics**, 32:148-170, 1961.

GUERRA, M. **Chat GPT for Journalism: Revolutionizing the Future of Reporting**. 2023. Disponível em: <https://brandalytics.co/chat-gpt-for-journalism/>.

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a inteligência artificial**. São Paulo: Autêntica, 2022. E-book. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559281596/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

LENZI, Alexandre. Jornalismo nativo digital brasileiro: um estudo de caso do Nexô. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 27, p. 1-14, 2020. Acesso em: 21 nov. 2025.

LEWIS, S. C. et al. Generative AI and its disruptive challenge to journalism: an institutional analysis. **Communication and Change**, v. 1, n. 9, 2025. DOI: 10.1007/s44382-025-00008-x.

MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Org.). **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Edições GJOL, 2003.

MAIA, Geimison; COSTA, Rafael; LUNA, Diógenes (Coord.) et al. **Perfil do jornalista do Nordeste 2023**: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2023. E-book. Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/>. Acesso em: 23 nov. 2025.

MALAR, João Pedro; CORRÊA, Elizabeth Nicolau Saad. IA generativa e veículos nativos digitais: um encontro possível?. **Brazilian journalism research**, v. 21, n. 2, p. e1728-e1728, 2025.

NEWMAN, Nic. **Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023.

NEWMAN, Nic. **Journalism and Technology Trends and Predictions 2026**. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2026. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro; CABRAL, Laura Rayssa de Andrade. **O potencial da Inteligência Artificial Generativa no Jornalismo**. *Estudos em Comunicação*, n. 40, p. 40-62, maio 2025.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005. 2 v.

PINTO, M. C.; BARBOSA, S. **Inteligências artificiais (IAs) no jornalismo digital brasileiro**: contexto histórico e processos inovadores. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/380979121>. Acesso em: 13 nov. 2025.

PINTO, Moisés Costa. Inteligências artificiais nos estudos de jornalismo da SBPJor entre 2012 e 2020. **Revista Olhares**, v. 1, n. 14, p. 7-31, 2024.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan./abr. 2020. DOI: 10.4013/fem.2020.221.01.

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. **On the Horizon**, v. 9, n. 5, p. 1-6, out. 2001. Disponível em: <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives.%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

SAAD, Elizabeth. **Inovação e empresas informativas**: aliados, inimigos ou em permanente estado de "discussão da relação"? Parágrafo, v. 4, n. 2, p. 72-87, 2016.

SAAD, Elizabeth. **Tecnologia, jornalismo e competitividade**: o caso da Agência Estado. 1994. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994. Acesso em: 13 nov. 2025.

SANTAELLA, Lucia; KAUFMAN, Dora. **A Inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano**. **MATRIZES**, v. 18, n. 1, p. 37-53, 2024.

SANTOS, Márcio Carneiro dos; FIGUEIREDO, Marcos Arruda Valente de. Utilização de inteligência artificial generativa no jornalismo - possibilidades e desafios. **Revista Observatório**, v. 18, n. 2, 2024.

SILVA, Rafael Pereira da. A influência tecnológica sobre a prática jornalística. In: **ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA**, 9., 2013. Anais [...]. [S. l.: s. n.], 2013.

SILVEIRA, S. C. et al. Sustentabilidade de arranjos jornalísticos empreendedores no Brasil. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, DF, v. 18, n. 2, p. 1-26, 2022. Acesso em: 24 nov. 2025.

SIMON, F. M. **Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena**. Tow Center for Digital Journalism, fev. 2024.

SIMON, F. M.; NIELSEN, Rasmus Kleis; FLETCHER, R. **Generative AI and News Report 2025**: How people think about AI's role in journalism and society. [S. l.: s. n.], 2025.

SOTERO, Pietra Ferreira Gomes; DE ANDRADE COUTINHO, Fernanda Gabriela; BEZERRA, Larissa. Os desafios éticos da inteligência artificial no jornalismo. **Comunicologia**, p. 251-268, 2025.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história do jornalismo no Ocidente**: gênese e desenvolvimento de uma instituição social até ao final do século XX. Covilhã: LabCom, 2024. Acesso em: 13 nov. 2025.

SOUZA, David Lucas de Oliveira. **Inteligência Artificial e Deepfake: uma análise comparativa das iniciativas de checagem no combate à desinformação no Brasil**. 2025. 81 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) – Instituto Interdisciplinar de Sociedade, Cultura e Artes, Universidade Federal do Cariri, Juazeiro do Norte, 2025.

UNITED NATIONS (UN). Special Rapporteur on the Promotion and Protection of the Right to Freedom of Opinion and Expression et al. **Joint Declaration on AI, Freedom of Expression and Media Freedom**. [S. l.], 24 out. 2025.

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista

Identificação e contexto

1. Para começar, você poderia descrever brevemente o veículo onde atua? (Público, equipe, principais plataformas, há quanto tempo existe).
2. Como você descreveria a relação do seu veículo com a tecnologia digital? Vocês se veem como inovadores neste aspecto?

BLOCO 1: Experiências e aplicações da IAG

3. Quando e como você teve o primeiro contato com ferramentas de inteligência artificial generativa (como ChatGPT, Gemini, geradores de áudio) no contexto do seu trabalho?
4. Atualmente, como você utiliza essas ferramentas? Pode me dar um exemplo concreto de como e em qual etapa do processo de produção (ideação, apuração, escrita, edição, distribuição) você a usou?
5. Na sua experiência, qual tem sido a principal utilidade da IA: automatizar tarefas repetitivas (como resumir textos, gerar títulos), ampliar possibilidades criativas (criar imagens, sugerir ângulos) ou analisar dados para encontrar pautas?
6. Quando você diz que não utiliza ferramentas de inteligência artificial no seu trabalho, isso é uma escolha consciente ou algo que simplesmente ainda não entrou na sua rotina? (Não usa)
7. Você poderia descrever como é o seu fluxo de trabalho típico em uma reportagem ou na produção de conteúdo?

BLOCO 2: PERCEPÇÕES SOBRE IMPACTOS E ASPECTOS ÉTICOS

8. Na sua opinião, é importante que o público saiba quando uma parte do conteúdo (texto, imagem, áudio) foi gerada ou ajudada por IA? Como você acha que essa informação deveria ser dada?
9. Você já passou por uma situação em que a IA "inventou" uma informação (um fato, uma fonte, um dado) que parecia verdadeira? Como lidou com isso? Esse risco mudou sua forma de checar informações?
10. Você acha que uma ferramenta de IA, treinada com dados de todo o mundo, consegue entender e retratar bem as especificidades, a cultura e os problemas da região do Cariri? Já percebeu algum descompasso?

11. Se uma informação gerada por IA e publicada estiver errada ou for tendenciosa, quem você acredita que é o principal responsável: o jornalista, a redação ou a empresa que criou a ferramenta?

12. Com o avanço dessas ferramentas, o que você acredita que se torna ainda mais importante no trabalho do jornalista? O que a tecnologia não pode substituir no jornalismo feito aqui no Cariri?

BLOCO 3: CONTEXTO INSTITUCIONAL E DESAFIOS

13. Na sua redação, existe alguma conversa, orientação ou política mais formal sobre como usar a IA de maneira ética e responsável? Ou o uso é mais uma decisão e aprendizado individual?

14. Um dos desafios para veículos menores é o custo. Você vê o acesso a ferramentas de IA potentes (ou a dependência de grandes empresas como Google e Microsoft) como uma barreira ou uma oportunidade para o jornalismo local?

ENCERRAMENTO

15. Há algo importante sobre a relação entre jornalismo e inteligência artificial no contexto do Cariri que não perguntei e que você gostaria de comentar?

ANEXO DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins que este Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia/Tese/Dissertação), escrito sob minha orientação, está em versão final, de acordo com as solicitações realizadas pela banca examinadora. Informo também que procedi à revisão final do texto, constatando que atende às especificações das normas da ABNT para apresentação de trabalhos acadêmicos da UFCA, no que diz respeito ao conteúdo e à formatação.

Juazeiro do Norte, 1 de junho de 2026.

 Documento assinado digitalmente
IVAN SATUF REZENDE
Data: 01/06/2026 15:11:48-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Ivan Satuf
Rezende SIAPE
1368261