

Inteligência Artificial e Jornalismo: implicações na redação de notícias e na aquisição do conhecimento

Regina Zandomênic¹

Resumo

A evolução tecnológica da Inteligência Artificial (IA) viabilizou que ela redigisse notícias para agências e sites jornalísticos de, pelo menos, 16 países, entre eles o Brasil. O presente artigo, por meio de uma pesquisa bibliográfica exploratória, busca investigar se as notícias automatizadas refletem os conceitos do Jornalismo como forma de conhecimento abordados por teóricos como Park (1940), Genro Filho (1987), Meditsch (1998), Van Dijk (2005), Franciscato (2008) e Nielsen (2017). A pesquisa também apresentará as principais características da aplicação da Inteligência Artificial na redação noticiosa. Os algoritmos são muito ágeis na interpretação de dados e na redação de notícias. Entretanto, eles não conseguem duvidar de dados, aprofundar informações e nem entrevistam pessoas como os humanos.

Palavras-chave: Conhecimento. Inteligência Artificial. Notícias.

Artificial Intelligence and Journalism: implications for News writing and the acquisition of Knowledge

Abstract

The technological evolution of Artificial Intelligence (AI) made it possible for it to write news for journalistic agencies and websites in at least sixteen countries, including Brazil. This paper, through exploratory bibliographical research, seeks to investigate whether automated news reflects the concepts of Journalism as a form of knowledge addressed by theorists such as Park(1940), Genro Filho(1987), Meditsch(1998), Van Dijk(2005), Franciscato (2008) and Nielsen(2017). The research

¹ Professora e coordenadora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Estácio de Santa Catarina e bolsista do Programa Pesquisa Produtividade da instituição. Doutoranda na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) no Programa de Pós-graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento/Mídia e integrante do Grupo de Pesquisa em Mídia e Convergência (UFSC). E-mail: rezandomenico@gmail.com.

will also present the main characteristics of the application of AI in news writing. Algorithms are very agile in interpreting data and writing news. However, they cannot doubt data, deepen information and do not even interview people like humans.

Keywords: Knowledge. Artificial Intelligence. News.

Introdução

Na mesma década do século XX em que o sociólogo norte-americano Robert Park publicou um artigo no *Jornal Americano de Sociologia* afirmando que o Jornalismo é uma forma de conhecimento, o primeiro experimento reconhecido como Inteligência Artificial foi desenvolvido nos Estados Unidos. A busca por definir o que é o conhecimento, as intenções em criar uma tecnologia que pudesse pensar e agir como os humanos e a prática do Jornalismo, entretanto, já aconteciam muito tempo antes. Na Grécia Antiga, de acordo com Perelmuter (2019), os exemplos estão nas análises do filósofo Platão sobre conhecimento e no poema *Ilíada*, escrito por Homero, que aborda robôs criados por Hefesto, deus grego dos artesãos. Em relação à prática jornalística, Lage (2006) pontua que, a partir de 1609, começaram a circular na Europa os primeiros jornais diários, mas antes desse período, em Veneza do século XVI, já havia acontecido o lançamento dos *Avvisi*, que reuniam notícias vendidas ao público.

O artigo de Robert Park apontando o Jornalismo como uma forma de conhecimento ganhou a primeira veiculação científica em 1940. Três anos após, os repórteres que escreveram notícias sobre o pioneirismo da Inteligência Artificial (IA) talvez não tenham imaginado que, quase 80 anos depois, essa tecnologia estaria redigindo notícias. Por outro lado, pesquisadores relacionados à IA, da década de 1950, eram muito otimistas e acreditavam em um grande potencial que poderia ser aplicado em várias áreas do conhecimento. Em 1957, por exemplo, o também norte-americano Herbert Simon afirmou que a IA tinha condições de pensar, aprender e criar (RUSSELL; NORVIG, 2013, p. 20).

O propósito de recriar em uma máquina a inteligência humana era um grande desafio e motivou inúmeras pesquisas, na então emergente, ciência da computação da década de 1950. A complexidade da tarefa, com um objetivo audacioso, atraiu cientistas, embora naquele período o desenvolvimento da computação estivesse muito longe dos parâmetros da atualidade. Nos anos 1940, os estudos pioneiros sobre IA e do Jornalismo como forma de conhecimento aconteceram sem interconexão. Na atualidade, o

desenvolvimento da IA possibilitou aos algoritmos escreverem notícias, atividade até então restrita aos humanos que segue técnicas específicas aprendidas nas graduações de Jornalismo e na prática cotidiana da profissão. Mais ágeis em lidar com grandes quantidades de dados, os algoritmos também se destacam pela rapidez com que redigem. Isso significa que, em relação aos jornalistas, as IAs se sobressaem na agilidade da escrita e na interpretação de dados estruturados quando a tarefa é redigir uma notícia.

Diante dessa realidade, há distinção qualitativa do conteúdo redigido por uma IA em relação ao redigido por um repórter humano? Isto é, há conhecimento quando uma notícia é redigida por algoritmos? Para discorrer sobre esse tema é responder essa pergunta é imprescindível conceituar o Jornalismo como forma de conhecimento, abordar a evolução da IA até o emprego dela na redação de notícias e apresentar características da redação automatizada.

Jornalismo como conhecimento

Além de Robert Park, vários outros estudos teóricos também fornecem subsídios para compreender o Jornalismo como forma de conhecimento, entre eles os de Genro Filho (1987), Meditsch (1998), Van Dijk (2005), Franciscato (2008) e Nielsen (2017). Segundo a análise de Nielsen (2017), Robert Park estava muito preparado quando escreveu o artigo *A notícia como forma de conhecimento: um capítulo na Sociologia do Conhecimento*, em março de 1940. Antes de ser um dos fundadores da Escola de Sociologia de Chicago, Robert Park havia atuado como jornalista e publicitário. A análise de Park (1940) foi feita a partir da perspectiva filosófica do psicólogo e filósofo americano Willian James. De acordo com essa perspectiva, ao longo da vida, as pessoas são impactadas com vários tipos de conhecimentos. No artigo, o pesquisador afirma que:

A maioria das formas de conhecimento que alcançaram a dignidade de uma ciência são, na longa história da humanidade, de origem muito recente. Uma das primeiras e mais elementares formas de conhecimento é a notícia. [...] As notícias, na medida em que devem ser consideradas como conhecimento, são provavelmente tão antigas quanto a humanidade, talvez mais velhas (PARK, 1940, p. 682).

O autor situou o jornalismo entre os conceitos de “conhecimento sobre” e “conhecimento de”. O “conhecimento sobre” é sistemático e formal, “perseguido metodicamente com todas as formalidades e aparato lógico que a pesquisa científica criou” (*ibid.*, 1940, p. 672). Em outras palavras, trata de características reconhecidas do

conhecimento explícito. Por sua vez, o “conhecimento de” envolve experiências práticas e conhecimento tácito; é intuitivo e não sistemático. Na análise do autor, “se baseia no lento acúmulo de experiência e na acomodação gradual do indivíduo ao seu mundo pessoal” (*ibid.*) e, por consequência, possui características semelhantes ao instinto e à intuição.

Quase 50 anos depois, Adelmo Genro Filho afirmou que o Jornalismo tem características próprias como conhecimento e não apenas um grau de abstração. O autor destaca que a principal característica do Jornalismo como forma de conhecimento “é a apropriação do real pela via da singularidade, ou seja, pela reconstituição da integridade de sua dimensão fenomênica” (GENRO FILHO, 1987, p. 54). Genro Filho (1987) define que o conhecimento gerado pelo Jornalismo não é como o da ciência, “que dissolve a feição singular do mundo em categorias lógicas universais”. Para o autor, duas variáveis podem ser elencadas no processo de significação do Jornalismo. Uma é vinculada à amplitude do acontecimento em relação à sociedade e a outra considera as relações e os significados que podem ser constituídos durante a produção e veiculação (*ibid.*).

Complementando esse pensamento, Meditsch (1998) apresenta uma abordagem que dá destaque não às semelhanças, mas as diferenças que o Jornalismo possui como único e original em relação ao “conhecimento sobre” e ao “conhecimento de”. Segundo o autor, o Jornalismo não disputa com a ciência o título de quem apresenta melhor a realidade, apenas revela de uma maneira diferente. Esse contexto dá ao Jornalismo a possibilidade de revelar outras nuances que podem passar despercebidas por outras formas de conhecimento. O pesquisador também pontua que a forma de produção do Jornalismo, fixada na imediaticidade do real, atua no campo lógico do senso comum e essa característica é fundamental. Enfatiza ainda que o senso comum, durante muito tempo, foi desprezado pela ciência moderna. Entretanto, começou a ser valorizado quando as Ciências Humanas deram valor à observação do cotidiano como subsídio para analisar as relações sociais (MEDITSCH, 1998).

O pesquisador holandês Van Dijk (2005) conclui que as notícias são uma complexa interação entre conhecimento conhecido e desconhecido. Embora o jornalista não possa quantificar com precisão o conhecimento anterior do público sobre determinado tema, cabe ao profissional colher o máximo de informações possíveis sobre o fato que será noticiado. Essa práxis envolve questões sobre a competência jornalística e, por consequência, a disputa de audiência entre os veículos de comunicação. Van Dijk (2005) aponta que:

[...] podemos ler uma matéria de jornal sobre um caso específico de violência doméstica, e nossa compreensão de tal história forma um modelo daquele evento. Lendo com mais frequência sobre tais eventos no jornal, construímos outros modelos de eventos, e após algum tempo podemos inferir um conhecimento mais geral sobre violência doméstica pela generalização e abstração a partir desses modelos específicos. O contrário também ocorre: uma vez que já temos certo conhecimento geral sobre o tema, usamos isso para construir modelos mentais sobre casos mais específicos de violência doméstica (DIJK, 2005, p. 16).

O autor também enfatiza que grupos específicos, como o de acadêmicos e especialistas, são detentores de conhecimentos que compartilham com integrantes dos grupos aos quais pertencem. Esses conhecimentos, entretanto, são desconhecidos, em parte ou na totalidade, por pessoas externas. Sendo assim, as notícias têm o papel de levar o conhecimento ou aprofundá-lo ao público que não pertence a determinado grupo relacionado ao fato veiculado. Castilho e Coelho (2014) abordam, inclusive, que a notícia, ao apresentar algo novo, também pode reforçar, modificar ou anular conhecimentos acumulados.

Nielsen (2017) ampliou o entendimento do Jornalismo como forma de conhecimento incluindo as notícias veiculadas na internet. O ambiente on-line das notícias é, evidentemente, muito mais complexo do que o panorama vivenciado por Park, na década de 1940, com os jornais impressos e emissoras de rádio. O Jornalismo veiculado na web começou com a transposição do material dos jornais impressos para o ambiente on-line e na sequência passou pelo discurso de que o texto deveria ser curto. Entretanto, logo foi possível identificar que o ambiente virtual trazia outras vantagens, além do imediatismo na publicação de notícias em fluxo contínuo.

Levando em conta a característica multimídia, Nilsen (2017) conclui que as inúmeras maneiras de apresentar uma informação na web proporcionam formas diferentes para aquisição do conhecimento. Além dos textos não-lineares, infográficos (interativos ou não), vídeos, áudios e fotografias estão entre as inúmeras opções disponibilizadas ao público. O autor enfatiza a acessibilidade e a orientação por dados como características marcantes das notícias veiculadas nos sites jornalísticos (NIELSEN, 2017, p. 4).

O pesquisador indica que as notícias digitais podem ser pensadas a partir de três formas de conhecimento público e mediado. O primeiro é relacionado às “notícias como impressões” encontradas em manchetes, alertas de notícias, aplicativos de mensagens e resultados de ferramentas de buscas. Na sequência estão as “notícias como itens” dos

veículos de comunicação, como a TV e sites jornalísticos. E, por último, as “notícias sobre relações”, caracterizadas pelo aprofundamento da informação (*ibid.*).

O conhecimento produzido pelas ações do jornalista, como entrevistar e redigir a notícia, na avaliação de Franciscato (2008), tem status de conhecimento prático e a forma típica de conhecimento resultante é o produto noticioso. Na avaliação do autor, que compreende esse processo como “conhecimento no jornalismo”, o conteúdo dessas notícias, não é apenas um suporte discursivo que viabiliza a transmissão do conhecimento. A redação da notícia é resultado de vários fatores, entre eles, a capacidade de cognição e as normas deontológicas. Dentro do panorama estudado, o pesquisador destaca a importância de diferenciar o “conhecimento no Jornalismo” dos conceitos de “conhecimento do Jornalismo” e “conhecimento para o Jornalismo”. No “conhecimento do Jornalismo” o resultado é um discurso sobre o Jornalismo gerado pela metodologia relacionada à investigação científica. Em relação ao “conhecimento para o Jornalismo”, a preocupação dos envolvidos tem como objetivo melhorias nas etapas de produção jornalística (FRANCISCATO, 2008, p. 10).

Os estudos de Park (1940), Genro Filho (1987), Meditsch (1998), Van Dick (2005), Franciscato (2008) e Nielsen (2017), embora tenham sido elaborados em períodos distintos da influência dos avanços tecnológicos na prática jornalística, possuem como consenso a relação do Jornalismo com o conhecimento. Nesse contexto, jornalistas não são considerados apenas comunicadores porque passam a ser produtores e reprodutores de conhecimento. Considerar o Jornalismo como forma de conhecimento, na avaliação de Meditsch (1998), também traz como consequência uma maior exigência sobre a formação dos jornalistas e os conteúdos que veiculam.

As notícias veiculadas na internet, na interpretação de Nielsen (2017), representam um capítulo da Sociologia do Conhecimento, área relacionada ao estudo das condições que influenciam a produção e veiculação do conhecimento. A atuação da Inteligência Artificial no Jornalismo altera o fluxo de produção e veiculação dessas notícias no ambiente on-line. Sendo assim, se já era importante pesquisar a relação das notícias on-line, redigidas por humanos, com a disseminação do conhecimento, a automação da escrita por IAs apresenta-se, no mínimo, como um subcapítulo desse processo.

Inteligência Artificial

O senso comum, subsidiado pela literatura e filmes de ficção científica, apresenta a IA como um programa de computador ou até mesmo um humanoide que consegue realizar as mesmas tarefas que um humano. Entre os pesquisadores, não há uma definição consensual. Para Gabriel (2022), a IA é a capacidade das máquinas de imitar as funções da mente humana. Já na interpretação de Webb (2020), a IA pode ser definida como um sistema que toma decisões autônomas.

Nas pesquisas científicas, as análises sobre a atuação da IA estão centradas em dois conceitos contraditórios. Um grupo acredita que essa tecnologia “imita a inteligência humana”. Nesse caso, os pesquisadores vinculam as tarefas que uma IA foi designada com a “fidelidade ao desempenho humano”. Por outro lado, há os que defendem que as Inteligências Artificiais não têm relação com inteligência humana e as pesquisas investigam se os algoritmos pensam ou agem racionalmente quando desempenham tarefas (MIROSHNICHENKO, 2018, p. 1).

Os conceitos fundamentais para a área da Inteligência Artificial são resultantes dos estudos do matemático e cientista britânico da computação Alan Turing, que propôs em 1950 o “Teste de Turing”. O objetivo dele era uma definição operacional sobre a inteligência. O computador passaria no teste se conseguisse responder, por meio de digitação on-line, perguntas feitas por um humano e ele não descobrisse que a interação era com uma máquina. Turing defendia a complexidade do comportamento humano e acreditava que um conjunto de regras não conseguiria ser mais inteligente (RUSSEL; NORVIG, 2013, p. 890-892).

Um dos fatores relacionados à eficácia da Inteligência Artificial é o *Big Data*, conceito ampliado a partir do final da década de 1990 que tem relação ao grande volume e variedade de dados. O *Big Data*, na avaliação de Marques, Oliveira e Mainieri (2019), viabiliza às máquinas a oportunidade de mostrar “o que elas podem fazer de melhor, o que dá aos homens a visualização de probabilidades, perspectivas e previsões que só são possíveis graças a esta enorme capacidade de processamento de dados” (MARQUES; OLIVEIRA; MAINIERI, 2019, p. 5). Ao analisar esse contexto, fica claro que o ponto de partida para uma IA entregar determinada tarefa são os dados a que terá acesso.

Inteligência Artificial e redação automatizada

Em uma linha do tempo entre os primeiros jornais diários, no século XVII, até o final do século XX, os humanos foram os únicos responsáveis pela redação de notícias. O século XXI, entretanto, trouxe uma nova realidade. A empresa americana *Narrative Science* é responsável pelo licenciamento, em 2010, do primeiro programa de jornalismo automatizado. De acordo com Graefe (2016), o programa, batizado de *Stats Monkey*, surgiu de projeto da Universidade de Northwestern e automatizava narrativas de partidas de beisebol. Em 2010, a Europa também estreou na redação automatizada com o site britânico *The Guardian* veiculando notícias de esportes. Quatro anos depois, o veículo ampliou a cobertura automatizada para as notícias sobre finanças (RUIZ; VERDÚ, 2019).

A pesquisa bibliográfica exploratória identificou que redação de notícias por IAs é realizada por, pelo menos, sites jornalísticos e agências de 16 países. Ruiz e Verdú (2019) apontaram Portugal, Holanda, Finlândia e Áustria como sedes de agências de notícias que veiculam conteúdos automatizados. Torrijos e Bran (2019) analisaram notícias redigidas pela IA de um site espanhol. Carreira e Squirra (2017) identificaram Alemanha, Estados Unidos, China, Coreia do Sul, Dinamarca, França, Noruega, Rússia, Reino Unido e Suécia. Por fim, o registro brasileiro foi identificado quando o site G1 veiculou que realizaria a cobertura das eleições de 2020 com apoio de uma Inteligência Artificial (G1, 2020).

Para os veículos de comunicação, um dos principais atrativos do uso da Inteligência Artificial é a velocidade na qual essa tecnologia analisa e sintetiza dados para transformá-los em texto. O fator tempo é crucial para o Jornalismo porque está diretamente ligado à veiculação da notícia em tempo real e fluxo contínuo, características do Jornalismo na web. Por consequência, aos índices de audiência também são favorecidos quando os veículos conseguem agilidade na veiculação de notícias.

Uma demonstração de quanto as IAs podem ser ágeis foi quando o *Los Angeles Times* veiculou a ocorrência de um terremoto em 17 de março de 2014 apenas três minutos após o acontecimento. O mérito foi creditado à IA do veículo. Batizada de *Quakebot*, a tecnologia usou dados do *United States Geological Survey* (USGC), instituição científica do governo americano que disponibiliza dados em tempo real e estudos sobre perigos naturais e impactos do clima. Ao acessar o *Los Angeles Times* e fazer uma busca por tremores de terra é possível encontrar inúmeras notícias assinadas pelo algoritmo *Quakebot*. No período de janeiro a junho de 2022, por exemplo, foram veiculadas 11 notícias e ao final de cada

texto, o veículo fez a ressalva que *Quakebot* é um aplicativo e que um editor revisou o texto antes dele ser publicado.

Deficiências das Inteligências Artificiais na redação de notícias

A agilidade da interpretação de dados e na redação tem sido uma característica evidenciada na aplicação de Inteligências Artificiais no Jornalismo. Oliveira (2016) avalia, entretanto, que uma IA ainda não tem capacidade de aprofundar as informações da notícia. Por consequência, essa deficiência prejudica a aquisição do conhecimento que o Jornalismo viabiliza. Um exemplo prático é o caso do terremoto veiculado em primeira mão pelo *Los Angeles Times*, em 17 de março de 2014. Após a divulgação, feita por meio de um texto redigido pela IA do veículo, os repórteres atualizaram a informação 71 vezes nas seis horas seguintes à primeira veiculação. Informações colhidas com fontes especializadas e observações *in loco* da catástrofe só foram possíveis por meio da atuação dos repórteres. A revelação foi feita pelo jornalista e programador Ken Schwenckedo do *Los Angeles Times*, em entrevista para o site de tecnologia, política e negócios *Slate – embroiled in wonky debates*, em março de 2014 (OREMOS, 2014).

Dois pesquisadores espanhóis publicaram, em 2019, um estudo que analisou notícias escritas pela IA *Ana FutBot* e publicadas pelo site espanhol *El Confidencial*. O objetivo foi averiguar o tipo de linguagem gerada e as consequências na qualidade da informação. A análise envolveu 80 notícias relacionadas a todas as partidas da segunda divisão do campeonato espanhol de futebol realizadas entre fevereiro e março de 2019. De acordo com o estudo, em todos os textos a estrutura foi a mesma mudando apenas o nome dos times, local, horário da partida e o quantitativo de gols. O uso da IA viabilizou agilidade na veiculação, mas os pesquisadores concluem que é necessário aprimorar a tecnologia para que os textos fiquem mais analíticos e, por consequência, mais informativos (TORRIJOS; BRAN, 2019, p. 251).

Técnicas de apuração e pesquisa jornalística não acontecem quando uma IA escreve uma notícia. Nesse contexto, estão incluídas ações como entrevistas pessoais para o confronto e confirmação de informações e consulta a documentos disponibilizados em meios físicos. A redação automatizada também não participa da prática do jornalismo investigativo que “tem como função desvendar as causas, as origens de um acontecimento, sem nunca ficar limitado ao factual” (SEQUEIRA, 2005, p. 112).

Autor do *Guia do Jornalismo Automatizado*, Graefe (2016) enfatiza que, embora os algoritmos viabilizem a divulgação de um fato por meio de dados, não têm capacidade de interpretar os motivos que provocaram o acontecimento e nem as consequências. Diante desta constatação, o pesquisador indica que os jornalistas devem se concentrar nas tarefas que os algoritmos não conseguem realizar como entrevistas e reportagens investigativas. Agindo dessa maneira, aprofundariam conteúdos, confirmariam dados e buscariam outras fontes para, no mínimo, veicular informações mais completas.

O surgimento da redação automatizada trouxe para as empresas jornalísticas a presença de algoritmos que não duvidam dos dados que são apresentados. Simplesmente cumprem a tarefa designada: entregar um texto noticioso. Seguindo este viés, Túñes-López, Toural-Bran e Nogueira (2019) concluem que a escrita de notícias por IAs quebra a essência do Jornalismo. Obviamente, um humano pode errar ao redigir uma notícia ou deixá-la incompleta, mas existe a possibilidade de isso não acontecer. Entrevistar, investigar, duvidar e confrontar, entre outros atos, não acontecem na redação automatizada. Então, a Inteligência Artificial só terá a chance de errar se os dados que ela recebeu estiverem incorretos.

Outra desvantagem quando a tarefa é redigir notícias é a incapacidade dos algoritmos de estarem presentes no local do fato e colherem informações que não são repassadas por fontes, mas observadas pelo repórter. A interpretação do contexto cultural, competência avaliada por Lage (2006) como relevante para o trabalho de reportagem, também não pode ser realizada pelos algoritmos escritores. O autor afirma que “o processamento mental da informação pelo repórter inclui a percepção do que é dito ou do que acontece, a sua inserção em um contexto (o social e, além desse, toda informação guardada na memória) (*ibid.*, 2006, p. 9). Por consequência, essas deficiências prejudicam a aquisição do conhecimento que o Jornalismo viabiliza.

Escobar (2016) também relata que os algoritmos não conseguem interpretar ironia, sarcasmo ou metáforas culturais e essa deficiência pode descontextualizar algo que se pretende divulgar. Perelmuter(2019) avalia que especialistas em computação e linguistas enfrentam um grande desafio porque essas interpretações, que o cérebro humano tem condições de fazer, são ainda muito complexas para os sistemas artificiais.

Fazer uma IA interpretar é considerada uma tarefa árdua para Lee (2019). O autor prevê que estudos nessa área ainda demorarão muito para conseguir atingir o objetivo e

registra que as IAs ainda são deficientes na interação com as pessoas, algo relevante nas técnicas de entrevista e apuração jornalísticas.

Embora a IA tenha superado em muito os seres humanos em tarefas estreitas que podem ser otimizadas em bases de dados, ela permanece teimosamente incapaz de interagir naturalmente com as pessoas ou imitar a destreza de nossos dedos e membros. Também não pode se engajar em pensamento em domínios diferentes sobre tarefas criativas ou aquelas que exigem estratégia complexa, tarefas cujas entradas e resultados não são quantificáveis com facilidade (LEE, 2019, p. 185).

A identificação de emoções realizada por humanos é complexa para as IAs e tem motivado pesquisas conjuntas de linguistas e especialistas em computação. Os estudos incluem a criação de sistemas artificiais que compreendam o significado de parágrafos e não façam apenas a leitura de palavras (PERELMUTER, 2019, p. 49). Essas deficiências das IAs, na avaliação de Lindén (2018), podem se converter em um forte motivador para que os jornalistas analisem melhor as “capacidades humanas como o desenvolvimento de inteligências social e emocional, curiosidade, autenticidade, humildade, empatia, serem bons ouvintes, colaborativos e abertos à aprendizagem” (LINDÉN, 2018, p. 19).

As capacidades humanas também são enfatizadas por Santos (2014), que destaca o texto criativo e bem elaborado como um diferencial importante em relação às soluções automatizadas. Thurman, Konstantin e Kunert (2017) reforçam a qualidade textual como um dos diferenciais e indicam que várias habilidades dos jornalistas — como a curiosidade, o julgamento de notícias e o ceticismo — podem ganhar mais destaque porque são diferenciais que os algoritmos ainda não conseguiram atingir. Cabe salientar que, mesmo que os algoritmos consigam melhorar a construção textual, por enquanto, ainda ficariam restritos a oferecer informações que não são resultantes de entrevistas, investigações e observação direta do repórter. Essas observações podem ser do local do fato ou até mesmo do comportamento do entrevistado.

A redação automatizada de notícias suscita questões sobre a veracidade dos fatos porque, de acordo com Muller e Massaron (2019), as máquinas não são eficientes em identificar o que é verdade ou mentira. Lage (2006) considera que os jornalistas, na maioria dos casos, executam o olhar crítico frente aos fatos, uma habilidade de competência humana. Uma reportagem publicada no *Portal Imprensa*, em 2017, chamou atenção para um erro cometido pela IA do *Los Angeles Times*. O *Twitter* do veículo americano noticiou, em 21 junho de 2017, um terremoto na cidade de Santa Bárbara, no estado da Califórnia.

A IA não identificou como erro a atitude de um funcionário da central de meteorologia. Ele acionou sem querer o alerta quando pesquisava um fenômeno que aconteceu em 1925. (PORTAL IMPRENSA, 2017). Diante do erro, o veículo de comunicação veiculou uma retratação informando que acabara de deletar um tuíte informatizado que abordava a ocorrência terremoto. O jornal justificou a atitude explicando o erro e lembrando que Inteligência Artificial *Quakebot* era a responsável pela redação da notícia.

Caso a Inteligência Artificial busque informações em um banco que contenha dados manipulados, por exemplo, não haverá dúvida diante dos números. Do mesmo modo, também não aplicará critérios éticos para decidir pela publicação ou não de uma notícia. Algo vivido pelos jornalistas inúmeras vezes ao longo da carreira. Muitas dessas situações, inclusive, sequer estão previstas em códigos de ética da profissão. Essa questão também é levantada por Lewis, Sanders e Carmody (2018). Os pesquisadores acreditam que o jornalismo automatizado traz vantagens e riscos às empresas jornalísticas. Uma das desvantagens é o risco legal que as organizações correm quando um algoritmo produz uma notícia difamatória e ela é veiculada.

Considerações finais

O trabalho de pesquisa desenvolvido até o presente momento identificou que nem sempre o público é informado quando uma Inteligência Artificial é a autora da notícia veiculada. Há veículos que usam essa informação como um diferencial da cobertura jornalística informando a prática aos leitores, mas sem identificar qual texto é resultado de uma redação automatizada. Textos muito curtos, orações que sempre apresentam números, a falta de aprofundamento das informações sem a presença de citações diretas e indiretas de entrevistados estão entre as características observadas nas notícias automatizadas lidas pela pesquisadora.

O quantitativo de notícias e a rapidez para redigi-las têm sido fatores positivos das IAs identificados na pesquisa bibliográfica exploratória, não só por pesquisadores, mas por gestores de veículos de comunicação, agências de notícias e empresas desenvolvedoras dessa tecnologia. Nessa realidade, o qualitativo dos textos entra na “lógica do bom suficiente”, termo empregado para classificar tecnologias que cumprem determinada tarefa. Para esses casos, entretanto, os parâmetros de eficácia podem ser diferentes para o público, jornalistas, pesquisadores e empresários da comunicação. O ponto de atenção é

que a redação automatizada de notícias “pode estar sendo adotada unicamente por seu caráter ‘industrial’ e pelo custo radicalmente reduzido, não priorizando a diversificação, a cultura e a qualidade humana dos relatos” (CARREIRA; SQUIRRA, 2017).

Embora cada veículo de comunicação possua características distintas, como a relação texto/imagem da TV, há fatores comuns e muito valorizados na prática jornalística, independente do meio. Entre eles, a atuação do repórter em entrevistas com as fontes para colher, aprofundar e checar informações, além da possibilidade de fazer conexões e descobrir novas pautas. A academia e o mercado de trabalho jornalístico enfatizam a importância das técnicas de apuração como aliadas da credibilidade da notícia. Capacidades que, por enquanto, a Inteligência Artificial ainda não atingiu, embora ganhe destaque na velocidade em que interprete dados e ajude na rápida veiculação das notícias.

No Jornalismo, independente do meio, os dados contidos nas estatísticas ou colhidos durante a apuração são o ponto de partida das análises mais aprofundadas. A primeira delas é a verificação da veracidade deles. A busca por entrevistas com especialistas para ajudar ou repercutir essas análises também estão no escopo desse trabalho. Floresta e Braslauskas (2009) defendem a prática de usar entrevistados para ilustrar os temas abordados em textos jornalísticos. As autoras avaliam que os números transformam um acontecimento sociológico em estatística e indicam o que acontece na sociedade. Por isso, é relevante “buscar histórias que mostrem como esses números são na prática” (FLORESTA; BRASLAUSKAS, 2009, p. 31).

A humanização do relato, quando se dá voz a pessoas que efetivamente participam ou participaram do que é noticiado, também é uma característica do texto jornalístico. Em uma notícia sobre a Guerra entre a Rússia e a Ucrânia, por exemplo, dados sobre o número de mortos é relevante, mas relatos de pessoas que perderam familiares também têm a mesma importância. Os relatos pessoais dos envolvidos, junto das entrevistas com especialistas, transformam a frieza das estatísticas em novos subsídios para compreender melhor os impactos e as consequências do acontecimento.

Na redação automatizada, realizada por Inteligências Artificiais, a atuação do repórter é inexistente. Os algoritmos, por meio da Geração de Linguagem Natural (GLN), produzem narrativas simples a partir de informações extraídas de bancos de dados estruturados. Os dados são os subsídios obrigatórios que uma IA precisa para redigir textos que podem abordar assuntos de áreas muito distintas, como o esporte, a economia e previsão do tempo (DIAKOPOULOS, 2016).

Diante do exposto, a conclusão é que as notícias redigidas por IAs não conseguem atingir as características apontadas pelos pesquisadores Genro Filho (1987), Meditsch (1998), Van Dijk (2005), Franciscato (2008) e Nielsen (2017) do Jornalismo como forma de conhecimento.

Referências

CARREIRA, K; SQUIRRA, S. Notícias Automatizadas, Geração de Linguagem Natural e a Lógica do Bom Suficiente. **Revista Observatório**. v. 3, n. 3, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/41f64qY>. Acesso em: 10 jul. 2020

CASTILHO, A.V. C.; COELHO, C. S. Reinish Christianne Curadoria de Notícias e jornalismo na produção de Conhecimento. *In: Estudos em Jornalismo e Mídia*. v. 11, n. 1, 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2MKKqXt>. Acesso em: 10 ago. 2022.

DIAKOPOULOS. N. Accountability in Algorithmic Decision Making. *In: Communications of the ACM*, fev. 2016, v. 59, n. 2, pp. 56-62.

FLORESTA, C.; BRASLAUSKAS, L. **Técnica de reportagem e entrevista: roteiro para uma boa apuração**. São Paulo: Saraiva, 2009.

FRANCISCATO, C. E. Desafios para pensar a geração de conhecimento no campo do jornalismo. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 31., 2008, Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008. **Mídia, ecologia e sociedade**. São Paulo: Intercom, 2008. p. 1 - 15. Disponível em: <https://bit.ly/42SlbbI>. Acesso em: 28 mar. 2022.

G1. **Em iniciativa inédita G1 publica textos com resultado da eleição em cada uma das cidades do Brasil com auxílio de inteligência artificial**. 2020. Disponível em: <http://glo.bo/3pjk6uy>. Acesso em: 12 nov. 2020

GABRIEL, M. **Inteligência Artificial: do Zero ao Metaverso**. Barueri: Atlas, 2022.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Editora Ortiz, 1989.

GRAEFE, A.; HAIM, M.; BROSIUS, H. B. Readers'a perception of computer-generated news: Credibility, expertise and readability. **Sage Journals**. V, 19, n. 5, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3nH3wUW>. Acesso em: 10 jul. 2021.

LAGE, N. **A Reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa**. 6. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Record, 2006.

LEE, K. F. **Inteligência Artificial**: como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019.

LEWIS, S. C.; SANDERS, A. K.; CARMODY, C. Libel by Algorithm? Automated Journalism and the Threat of Legal Liability. *In: Sage Journals*. v. 96, n. 12, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3NPgcE2>. Acesso em: 17 ago. 2021.

LINDÉN, C. G. Algoritmos para o Jornalismo: o futuro da produção de notícias. *In: Revista eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero*. Ano XXI – n. 41, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3M4VYoa>. Acesso em: 15 jun. 2020.

MARQUES, R. B.; OLIVEIRA, M. L. S; MAINIERI, T. Comunicação pública, cidadania e big data: o caso do aplicativo Meu DigiSUS. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 42., 2019, Belém, PR – 2 a 7 de setembro de 2019. Fluxos comunicacionais e crise da democracia. São Paulo: Intercom, 2019. p. 1-15. Disponível em: <https://bit.ly/42xsYuT>. Acesso em: 20 jun. 2020.

MEDITSCH, E. Jornalismo como forma de conhecimento. *In: Revista Brasileira de Ciência da Comunicação*, São Paulo, v. 21, n.1, p. 25-38, jan-jun. 1998. Disponível em: <https://bit.ly/3NS6bpo>. Acesso em: 20 jun. 2019.

MIROSHNICHENKO, A. AI to Bypass Creativity. Will Robots Replace Journalists? (The Answer Is "Yes"). 2018. *In: Information*. Disponível em: <https://bit.ly/41jVAqj>. Acesso em 12 maio 2021.

MUELLER, J. P.; MASSARON, L. **Inteligência Artificial para Leigos**. Tradução: Alberto Gassul. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

NIELSEN, R. K. Notícias Digitais como formas de conhecimento: um novo capítulo da Sociologia do Conhecimento. *Intexto*, Porto Alegre, n. 52, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3VJrETh>. Acesso em: 2 jan. 2021.

OLIVEIRA, R. Robôs ainda não pensam como humanos. **Observatório da Imprensa**. 08 ago. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/42B5bdC>. Acesso em: 30 ago. 2017.

OREMUS, W. The First News Report on the L.A. Earthquake Was Written by a Robot. *In: Slate*. 2014. Disponível em: <https://bit.ly/2VIZwtz>. Acesso em: 13 jun. 2020.

PARK, R. News as a form of knowledge: a chapter in the sociology of knowledge. *In: American Journal of Sociology*, v. 45, n. 5, 1940, pp. 669-686. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2770043>. Acesso em: 20 mar. 2022.

PERELMUTER, G. **Futuro Presente**: o mundo movido à tecnologia. Jaguaré; São Paulo: Editora Nacional, 2019.

PORTAL IMPRENSA. Jornalista robô erra e jornal dos EUA notícia terremoto que aconteceu em 1925. *In: Portal Imprensa*. 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3VHR7fU>. Acesso em: 28 ago. 2017.

RUIZ, M. J. U.; VERDÚ, F. J. M. Discurso académico y profesional sobre el uso de la inteligencia artificial en las redacciones periodísticas. *In: Textual & Visual Media*, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3LGRHpD>. Acesso em: 27 ago. 2022.

RUSSELL, S.; NORVIG, P. **Inteligência Artificial**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

SANTOS, M. C. Geração de textos jornalísticos por software: a estrutura de organização do lead traduzida em código. SIMPÓSIO BRASILEIRO DE CIBERJORNALISMO, 5., 2014. Disponível em: <https://bit.ly/3HROHWI>. Acesso em: 10 mar. 2021.

SEQUEIRA, C. M. **Jornalismo Investigativo: o fato por trás da notícia**. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

TORRIJOS, J. L. R.; BRAN, C. T. Periodismo desportivo automatizado. Estudio de caso de AnaFut, el bot desarrollado por El Confidencial para la escritura de crónicas de fútbol. Doxa Comunicación. *In: Revista Multidisciplinar de Estudios de Comunicación y ciencias sociales*. p. 235-254. CEU Ediciones. n. 29, jul.-dez- 2019. Universidad de San Pablo. Madri (Espanha). Disponível em: <https://bit.ly/3MqbWfD>. Acesso em: 20 jun. 2021

TÚÑES-LÓPEZ, M.; TOURAL-BRAN, C.; NOGUEIRA, A. Criação de notícias e automação: Robotização na era do big data. *In: TOURAL, C.; CORONEL, G.; FERRARI, P. (org.). Big Data e Fake News na Sociedade do (des) conhecimento*. Aveiro (Portugal): Ria Editorial, 2019.

VAN DIJK. T. A. Notícias e Conhecimento. *In: Estudos em Jornalismo e Mídia*. Florianópolis, v. 2, n. 2. p. 13-29, 2005. Tradução: Luciano Bottini, Heloiza Hercovitz e Eduardo Meditsch. Disponível em: <https://bit.ly/3LKxxLv>. Acesso em: 20 jan. 2022.

Submissão: 12 de mai. 2022

Aceite: 25 de abr. 2023.