

Jornalismo e inteligência artificial

Desafios nas redações

Orlando Maurício de Carvalho Berti¹

Resumo

Qual o papel do Jornalismo em tempos de Inteligência Artificial? E quando a Inteligência Artificial generativa se torna mais protagonista nos processos de mediações informacionais, quais impactos são gerados no trabalho das redações (jornais, rádios, televisões, multimídia e assessorias de comunicação)? Objetiva-se, após uma pesquisa de campo durante mais de um ano, refletir, destacar e analisar essas novas sociabilidades redacionais, tendo-se como lócus inicial de reflexão as redações e meios das cidades do estado do Piauí em que há formação superior em Jornalismo. Destaca-se que as interfaces de pautar, apurar, editar e veicular, após as análises de campo e de fundamentação teórica, mostram-se diferenciadas e atingidas nevrálgicamente, ou não, com a ampla inserção e normalização das ferramentas de Inteligência Artificial nos processos redacionais.

Palavras-chave: Jornalismo. Inteligência Artificial. Inteligência Artificial generativa.

133

Journalism and Artificial Intelligence: Challenges in Media Newsrooms

Abstract

What is the role of journalism in times of artificial intelligence? And when generative artificial intelligence becomes more of a protagonist in information mediation processes, what impact has it had on the work of newsrooms (newspapers, radio, television, multimedia, and communication consultancies)? This study, after a year of field research, aims to reflect on, highlight, and analyze these new editorial sociabilities, with the initial locus of reflection being the newsrooms and media of cities in the state of Piauí, where higher education in journalism is offered. It is worth noting that the interfaces of agenda-setting, investigation, editing, and dissemination, after field and theoretical analysis, are shown to be differentiated and affected, whether or not, by the broad insertion and standardization of artificial intelligence tools in editorial processes.

Keywords: Journalism. Artificial Intelligence. Generative Artificial Intelligence.

¹ Doutor e mestre em Comunicação Social pela Umesp – Universidade Metodista de São Paulo. Bacharel em Jornalismo pela UFPI – Universidade Federal do Piauí. Professor, pesquisador e extensionista do curso de Bacharelado em Jornalismo da Uespi – Universidade Estadual do Piauí. Bolsista de Produtividade Tecnológica da Fapepi – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí. Diretor do LIAJ – Laboratório de Inteligência Artificial em Jornalismo da Uespi. Líder do Grupo de Pesquisa em Comunicação Alternativa, Comunitária, Popular e Tecnologias Sociais da UESPI. E-mail: berti@uespi.br.

Introdução

O Jornalismo, enquanto profissão, e também área laboral, tem sofrido uma série de mudanças, inclusive algumas em processos históricos de décadas, sejam por conquistas sociais ou forçadas pela inserção de novas modalidades e maneiras de vivenciar as mediações informacionais. O Jornalismo acompanha a própria evolução da sociedade, em suas virtudes e desvirtuações, entre conquistas e polêmicas.

Parte-se do conceito de Jornalismo ao encará-lo como agente de mediação, em consolidação com o que é destacado por Jesús Martin-Barbero (2009) sobre o deslocamento dos meios para as mediações, para as articulações entre a prática comunicacional e as diferentes perspectivas da própria sociedade.

José Marques de Melo (2006, 2009a, 2009b, 2012, 2014) preza acerca da perspectiva da Comunicação, e principalmente o Jornalismo, vivenciando na prática as questões sobre o mediar, ou, como gostava de metaforizar, ser a esfinge midiática, que é o lugar em que um fato é significado, por meio da ligação entre emissão e recepção e tem como função a pluralização das informações.

Também, para Melo (2014), o Jornalismo é multidisciplinar e termina tornando a área muito mais interessante por ter direcionamentos que instigam a permissão de atuação junto a outras áreas, tais como: Relações Públicas, Radialismo, Rádio e TV, Audiovisual, Midiologia, Educomunicação, Publicidade e Propaganda e Produção Editorial, bem como áreas próximas, como a Sociologia, a Filosofia, a Psicologia e a História e com outros caminhos do saber e do conhecer.

Um paradoxo do próprio jornalismo atual, levando-se em conta esta terceira década do século XXI, é tentar instigar mediações mediante a sensação de haver informações a cliques e tidas como elementos informativos, mas balizados pelos sistemas internéticos (oriundos das mediações pela Internet), conjurados com a sensação de estarmos cada vez menos informados, mesmo havendo tantos meios e formas de nos informar.

Quem é o jornalista desta terceira década do século XXI? Principalmente sendo um profissional formado ou com consequências diretas de vida após o período da Covid-19? Problematisa-se a partir do questionamento de como ocorre esse processo e como ele tem impactado os profissionais e seus respectivos labores e quais as lições podem ser tiradas de todos esses processos, notadamente em tempos de Inteligência Artificial generativa.

Uma das consequências da própria pandemia de Covid-19 foi a ampliação dos instrumentos de Inteligência Artificial (existentes em larga escala na área computacional

desde o terceiro quarto do século XX), principalmente a Inteligência Artificial generativa. Segundo estudos anteriores (Berti, 2023, 2024a, 2024b), a diferença entre a primeira e a segunda é que a Inteligência Artificial geral (ou comum, também chamada apenas de Inteligência Artificial), ou mais histórica, tem a perspectiva de aprendizado mediante atividades pré-programadas; enquanto a I.A. (como também é nomeada a Inteligência Artificial), de maneira generativa, tem uma possibilidade de maior sensação de aprendizado e oferece uma gama muito maior de recursos; sendo que a I.A. generativa tem transformado praticamente todas as áreas, principalmente após a eclosão, em 2022, do ChatGPT, sistema de I.A. generativa que simula um diálogo com o usuário, capaz de oferecer uma série de produtos e conteúdos, no espaço de segundos, que demorariam, às vezes, horas, para a execução humana.

Esses conteúdos têm impactado diretamente as vivências jornalísticas e ainda provocado discussões sobre aeticidades e as próprias funções no dia a dia das redações.

Marri Nogueira (2023), refletindo pesquisa da London School of Economics (da capital da Inglaterra) feita com jornalistas de 46 países (incluindo o Brasil), frisa que 85% dos profissionais entrevistados tinham admitido (ainda no primeiro semestre de 2023) terem utilizado ferramentas de Inteligência Artificial em seu dia a dia nas mediações informacionais; outros 73% disseram que ferramentas como ChatGPT, Bard, Bing e Gemini, podem oportunizar a melhoria da eficácia, da produtividade e da criatividade textual.

Busca-se refletir, destacar e analisar essas novas sociabilidades redacionais, vendo-as na prática e oferecendo respostas sobre a implantação, cada vez mais constante e quase usual de sistemas de I.A. (como também chama-se as inteligências artificiais) e as mediações informacionais.

Justifica-se a feitura deste artigo justamente pelo lugar de fala da pessoa autora deste trabalho vivenciar mediações informacionais há quase três décadas, tanto em redações quanto na própria Academia.

Apresenta-se este estudo, que tem sua primeira parte concluída, mas com continuação de atuações (por conta da própria dinamicidade do fenômeno), mas isolado temporalmente no acompanhamento sistematizado, via pesquisa de campo das redações de como se tem visto, na prática, os impactos da Inteligência Artificial generativa no mundo do trabalho, tendo-se como lócus de experiência as redações jornalísticas do estado do Piauí de cidades que oferecem formação superior na área, tendo-se como recorte as que têm mais de 20 profissionais em seus quadros.

Metodologia

Metodologicamente, parte-se da explicação do fenômeno estudado: impactos e desafios nas redações em tempos de Inteligência Artificial generativa, tendo-se como local de experiências o estado do Piauí, que fica no Nordeste do Brasil (sendo um de suas nove unidades federativas) e, segundo o IBGE (2024), tem população de 3.271.199 pessoas, distribuídas em 224 municípios, com capital em Teresina (no Oeste do estado – a 343 quilômetros do litoral e única capital nordestina a ser sediada no interior da região). Se o Piauí fosse um país, seria o 77º maior do Mundo em extensão territorial, a frente, com seus 251.755 quilômetros quadrados, de nações como o Reino Unido, a Romênia ou a Síria. Essa magnitude geográfica, de ser o 11º maior estado do país, traz desafios midiáticos de tentar integrar e realizar mediações entre os seus mais diversos lugares e comunidades. Há cidades do estado distantes quase mil quilômetros da capital.

A escolha de um trabalho de pesquisa de campo foi dada, principalmente, pela cobrança dos próprios jornalistas do estado do Piauí no sentido da Academia, principalmente a pública, em dar mais respostas sobre os fenômenos contemporâneos e atuais, sendo que, em conversas anteriores à feitura da pesquisa que origina este artigo, é quase unânime que as universidades façam mais debates sobre as questões redacionais e a própria inserção dos sistemas de Inteligência Artificial no dia a dia dos trabalhos jornalísticos, principalmente porque há uma ampliação cada vez mais de profissionais oriundos das universidades, que constantemente realizam reflexões aprendidas nos bancos escolares, trazendo, tanto para os ambientes jornalísticos, quanto para os acadêmicos, as preocupações mercadológicas e também laborais. O campo, inclusive o laboral, é importante para o entendimento dos *prompts* (mecanismos de busca e de interação nas I.As.) como destacam Kalyinka Cruz Lucia Santaella (2024).

Os resultados da pesquisa são dados por meio de ações de levantamento de campo feitas semanalmente em todas as redações com mais de vinte profissionais localizadas nas cidades em que há uma formação superior em Jornalismo no estado. No caso, as cidades de: Teresina, capital do estado (que tem três instituições formadoras de jornalistas: o CEUT – Centro de Ensino Unificado de Teresina (privado); a Uespi – Universidade Estadual do Piauí e a UFPI – Universidade Federal do Piauí (ambas públicas)); e Picos, terceiro maior município do estado, localizado a 307 quilômetros da capital e mais importante cidade do Sertão piauiense (que tem duas instituições formadoras de jornalistas: a Faculdade Raimundo Sá (privada) e a Uespi (pública)).

O que é feito empiricamente na pesquisa baliza-se nas reflexões de Isabel Travancas (2010) ao destacar a importância de haver uma vivência de entendimento sobre as rotinas próprias da área em apurar e divulgar informações. A autora destaca que os trabalhos empíricos ajudam a compreender, por meio de entrevistas, investigações, vivências e observações no campo, o funcionamento do próprio trabalho jornalístico, podendo notar a própria relação entre os profissionais, seus pares e o pensamento da própria empresa em que trabalham.

Lívia Vieira (2018) diz que os trabalhos de campo instigam para a chegada a uma generalização teórica e mais próxima do que podemos observar, sendo importante a entrada do pesquisador na redação, a duração do tempo da pesquisa de campo, bem como as observações em si e as relações com os jornalistas.

Trata-se em livros destacados por Berti (2023; 2024a; 2024b) sobre a própria necessidade de um acompanhamento mais sistematizado sobre as questões da pauta, da apuração, da edição e da veiculação e notamos o quanto a Inteligência Artificial tem encrustado no dia a dia das próprias rotinas produtivas redacionais.

A decisão do acompanhamento e do trabalho constante de visitas às redações começou no meio do segundo semestre de 2023, culminando, para fins de análises deste artigo, no início do segundo semestre de 2024, totalizando 13 meses sistematizados (entre agosto de 2023 e setembro de 2024).

O número de 85% das redações do Piauí com mais de 20 pessoas na equipe (nas cidades de Teresina e de Picos) foram contempladas e diretamente acompanhadas na pesquisa, inclusive, com complementação de acompanhamentos virtuais, por meio de testagem de conteúdos em sistemas de Inteligência Artificial, como ChatGPT 4.0 e Gemini 1.5 Pro.

Procurou-se acompanhar, de uma maneira sistematizada, o trabalho do dia a dia das redações, compreendendo, principalmente, os impactos da Inteligência Artificial generativa nesses processos.

Os tratamentos dos dados fazem parte de manuais sugestivos, sistematizando todas as observações e pontos comum, bem como exemplos emblemáticos e preocupantes da utilização desses sistemas e as próprias questões da Inteligência Artificial generativa nos processos de mediações informacionais, notadamente nas questões do pautar, do apurar, do editar e do veicular as informações, nos mais diferentes tipos de meio, tais como: impresso, radiofônico, televisivo, multimidiático e de assessorias de comunicação.

Fundamentação teórica

O que faz os sistemas de Inteligência Artificial serem tão popularizados contemporaneamente, inclusive com forte inserção no mundo jornalístico? Tudo isso é fruto de interesse coletivo ou da apresentação de novos, e cada vez mais modernos, produtos sobre a área? Ou são efeitos diretos ligados à popularização das conexões tão evocadas em tempos de dispositivos móveis, principalmente smartphones? Estamos realmente em preparação para compreender e agir correlacionados com tudo isso e na incrível velocidade de todas essas perspectivas?

Lucia Santaella (2023) questiona se realmente a Inteligência Artificial é inteligente ou é apenas mais uma, entre tantas modas, com idas e vindas a cada parte de cada década, notadamente após o período das conexões oriundas da Internet?

A fala de Santaella (2023) é mais que necessária para que não achemos que os sistemas de I.A. são a chave para tudo, mas uma possível chave para destravamento ou travamento de sociabilidades. Novamente evoca-se o paradoxo, destacado por Orlando Berti (2024a, 2024b), da sensação de nunca termos tido tantas oportunidades de estarmos informados, mediante tantos veículos e caminhos de fala e nunca nos sentimos tão desinformados e as desinformações foram tão prementes e debatidas quanto nesta terceira década do século XXI.

Camila Feiler (2023) destaca que a Inteligência Artificial, principalmente em sua interface generativa, marca uma nova era e que esses sistemas transformam a interação, facilitando uma série de processos, principalmente pensados para nossa contemporaneidade.

Ou seja, ao contrário de Santaella (2023), Feiler (2023) destaca uma pontuação mais otimista sobre os sistemas de Inteligência Artificial.

É um fato que ao termos um contato mais profundo com os sistemas de Inteligência Artificial e suas respostas rápidas, mudamos nossa forma de vivenciar e sentir o que é mediado, seja ele em termos educacionais, jornalísticos, de saúde, ou de qualquer outra área. É fato de que ela tem se expandido mais a todas as áreas e, na velocidade de seus processamentos, oferecendo conteúdos mais reais e plurais, inclusive interferindo constantemente nas sociabilidades diretas e indiretas, a exemplo de quem está em conexão constante com os sistemas ou quem recebe as mediações, sejam dos meios comunicacionais oficiais, ou pelos novos agentes desses processos comunicacionais, que é o que Maria das Graças Targino (2009) chama de Jornalismo Cidadão.

Salomão Farias (2023), em uma experimentação com a utilização de sistemas de I.A., para uma provocação acadêmica (inspirando muito do que também é feito neste artigo), diz que há um pânico na própria universidade (principalmente nos locais e áreas ainda não tão afeiçoados com as questões tecnológicas), principalmente pela utilização de sistemas do tipo para a feitura de trabalhos científicos. Farias (2023) também questiona quem é o dono da informação a partir do momento que há uma mediação via computadores e se, a partir do momento que sistemas de Inteligência Artificial generativa fazem pelos cientistas, a Ciência é do computador ou da pessoa? Igual debate também pode ser transposto para as próprias mediações jornalísticas. Indo ao encontro da provocação de Salomão Farias (2023), a Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (2024) – realizou na Univali – Universidade do Vale do Itajaí, em Balneário Camboriú, Santa Catarina, o 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, com a temática voltada a debates do campo comunicacional brasileiro com as perspectivas da Inteligência Artificial.

Jean Prado (2023), ampliando os horizontes dos debates e já entrando nas classificações e evoluções do assunto, enfatiza que a Inteligência Artificial é dividida em duas partes: a simbólica e o connexionismo. A primeira (simbólica) é ligada às questões psicológicas, mais humanas. A segunda (conexionista) tem conexão com as redes neurais artificiais, vindo da neurofisiologia, que é um dos grandes desafios contemporâneos de entendimento sobre as I.As. e que tem gerado mais discussões, justamente pela propensão dos aprendizados de máquina. Destaca-se que essa sensação de aprendizado, que vem acompanhando as próprias discussões sobre o que é a I.A., sendo que essa imagem de aprendizado, na verdade, é o processamento de dados via informações binárias, entre bancos de dados potentes, que dão a sensação de aprendizado porque, a cada dia, com mais e mais informações, terminam em trazer predições de respostas.

Flávia Oliveira (2024) diz que as Inteligências Artificiais estão ligadas a diferentes tecnologias, sendo capazes de: ter percepção de funcionalidades de aquisição e processamento de imagens, sons e voz; compreenderem, com o processamento de linguagens naturais e mecanismos que entendam e analisem as informações; e agirem, por meio de tecnologias, adotando ações no mundo real, sendo grande exemplo disso os pilotos automáticos. A evolução dos computadores, primeiro em processamento simples de informações, instigando processamentos complexos, potencializados pela velocidade da Internet (inclusive a doméstica) e a construção de centros de processamento, são os pontos

perfeitos para a própria popularização dos sistemas de Inteligência Artificial generativo, conjugados com a popularização da utilização de sistemas do tipo, como o ChatGPT, só para citar o mais famoso.

John Haugeland (1989) dizia que a Inteligência Artificial, destacando sua interface geral e não sua interface generativa, esforça-se para fazer computadores pensarem e as máquinas terem mentes, no sentido total e literal.

John Haugeland (1989) foi um dos autores a mais predizer fatos, constatados mais de três décadas depois e que, tem suas razões de ser e existir em uma contemporaneidade multiconectada, multipluralizada, mas com sérios problemas de debate sobre as perspectivas laborais.

Já Leandro Kovacs (2022) explica que há três grandes tipos de Inteligência Artificial: a ANI; a AGI e a ASI; sendo que a ANI (conhecida por Inteligência Artificial Estreita) representa toda a I.A. existente, incluindo até a mais complicada e capaz que já foi criada. A ANI, também segundo Leandro Kovacs (2022), se refere a sistemas de I.A. que só podem realizar uma tarefa específica de forma autônoma, usando recursos semelhantes aos humanos. Essas máquinas não podem fazer nada além do que foram programadas para fazer e, portanto, têm uma gama muito limitada ou estreita de competências. Mesmo a I.A. mais complexa que usa *machine learning* e *deep learning* para ensinar a si mesma se enquadra na ANI.

A AGI (conhecida por Inteligência Geral Artificial), segundo Leandro Kovacs (2022), é a habilidade do agente de I.A. em aprender, perceber, compreender e funcionar completamente como um ser humano. Esses sistemas serão capazes de construir de forma independente várias competências e formar conexões e generalizações entre domínios, reduzindo enormemente o tempo necessário para o treinamento. Isso tornará os sistemas de I.A. tão capazes quanto os humanos, ao replicar nossas capacidades multifuncionais.

Enquanto isso a ASI (conhecida por Super Inteligência Artificial), segundo Leandro Kovacs (2022), é, até onde podemos imaginar, seria o limite do desenvolvimento da I.A. O desenvolvimento da superinteligência artificial provavelmente marcará o auge da pesquisa em I.A., já que o AGI se tornará de longe a forma de inteligência mais capaz do planeta. A ASI, além de replicar a inteligência multifacetada dos seres humanos, será extremamente melhor em tudo o que faz por conta da memória esmagadoramente maior, processamento e análise de dados mais rápidos e capacidades de tomada de decisão. O desenvolvimento de AGI e ASI levará a um cenário conhecido como singularidade. E embora o potencial de

ter máquinas tão poderosas à nossa disposição pareça atraente, essas máquinas também podem ameaçar nossa existência ou, pelo menos, nosso modo de vida. Essas são as sete classificações pensadas para determinar o nível de uma Inteligência Artificial, se pensarmos em capacidade, estamos na metade e evoluindo, mas ao levarmos em conta a classificação técnica, ficamos no primeiro dos três estágios e levaremos algum tempo para (e se) chegarmos aos próximos.

Leandro Kovacs (2022) diz que tanto a ANI, quanto a AGI e a aguardada ASI têm uma função, um instrumento evolutivo e, principalmente, uma lição para nossa contemporaneidade, inclusive com reflexões para as próprias mediações informacionais.

Nick Bostrom (2016; 2024) destaca que esses tipos de sistemas de I.A. instigam um intelecto mais inteligente que os melhores cérebros da humanidade em todos os campos, inclusive das próprias perspectivas científica, das habilidades sociais e até da sabedoria.

Eduardo Ney (2023) diz que, principalmente em termos corporativos, com esses avanços dos sistemas de I.A., há uma tendência de substituição direta em todos os setores, inclusive os de altas lideranças.

Orlando Berti (2024b) diz que quando recebemos uma ligação de uma empresa de *call center*, ao menos metade delas é feita por I.A., inclusive aqueles chatos e repetitivos golpes (cada vez mais crescentes); quando utiliza-se um sistema bancário por aplicativo ou pelo site (ou até um banco físico, mas tem de utilizar um aplicativo e necessita de serviços de atendimento), ou qualquer outro serviço via celular ou computador, você falará com a quase totalidade das empresas via Inteligência Artificial e seus mecanismos, muitos deles já ganhando nomes e formas humanas, justamente para dar uma maior legitimidade ao processo. Esse sistema de conversa, simulando uma pessoa chama-se *chatbot* (quando há conversação) ou *bot* (quando há a reprodução de atitudes humanas). E todos eles tendem a aumentar e serem mais presentes, principalmente porque têm barateado os processos de atendimento, comunicação em geral, marketing das empresas, diminuindo seus custos e, conseqüentemente, proporcionando muito mais lucro às empresas, a maioria com fortes setores computacionais.

Por isso, a necessidade urgente e premente, se não da utilização, ao menos do debate sobre Inteligência Artificial deve fazer parte da sociedade, pois ela faz parte da sociedade há muito mais tempo.

Mas, afinal, como a Inteligência Artificial, notadamente em sua interface generativa, tem impactado no trabalho constante e diário das redações jornalísticas?

Principais resultados, avanços da pesquisa e rumos conclusivos

Nos 13 meses de pesquisa de campo (entre agosto de 2023 e setembro de 2024) destaca-se, em termos gerais, um Jornalismo cada vez mais interconectado com a Inteligência Artificial, não só no sentido de pautar assuntos sobre a temática, mas de utilizar seus sistemas, principalmente nas quatro grandes interfaces das mediações informacionais: a pauta, a apuração, a edição e a veiculação.

O Jornalismo não tem só mediado o assunto, mas traz o assunto, assim como praticamente todas as áreas, para seu ambiente de atuação.

Como as redações são espaços mais plurais e convergem jornalistas de diferentes matizes sociais, políticas, ideológicas, religiosas, regionais e geracionais, há uma maior possibilidade de diversificação dos assuntos e da atuação com os sistemas de Inteligência Artificial, notadamente generativa.

Destaca-se ainda que os sistemas de I.A. generativa, ao menos no estudo em voga, interatuam de maneira a beneficiar as questões do pautar, do apurar, do editar e do veicular, ou apenas alguma ou alguma delas, mas nem sempre com o mesmo propósito ou intensidade; sendo que, ao menos por alguns anos futuros, a função humana ainda será muito importante nas mediações, ao menos no quesito apuração e humanização dos processos, mesmo em intrincados momentos de normatização do uso dos sistemas de I.A. nas redações.

As pautas têm sido, ao menos em momentos iniciais, amplamente feitas via sistemas de I.A. Já o apurar, têm sido o elemento ainda mais humanizado no processo redacional. A não ser que seja um assunto mais quente, de ampla divulgação, a apuração ainda tem feito parte da vida e da menor utilização dos sistemas de I.A., mesmo com a possibilidade de muitas informações instigarem uma apuração para Jornalismo de Dados, bastante potencializado caso utilize sistemas de Inteligência Artificial. Ao contrário da apuração, a edição tem sido, das quatro interfaces, a mais impactada pelos sistemas de I.A. generativo, principalmente porque na atual conjuntura há um sistema de I.A. praticamente para quaisquer tipos de edição jornalística. Essa foi a área que mais fez perder postos de trabalho e que mais tem sido utilizada pelas redações estudadas. Já a veiculação, tem sido impactada medianamente e os sistemas de I.A., principalmente nos veículos eletrônicos, têm sido utilizados para melhorar horários, trazer mecanismos de distribuição e promover melhores momentos do conteúdo chegar aos seus públicos.

Destaca-se que houve uma grande abertura e interesse dos personagens das redações visitadas e observadas (tanto as impressas, quanto as radiofônicas, quanto as televisivas, as multimidiáticas e as de assessoria de comunicação ou das empresas que trabalham com redações integradas, abrangendo, simultaneamente — e até com equipes iguais — várias produções conteudísticas) que há um interesse, uma curiosidade e um desejo sobre as questões de Inteligência Artificial, principalmente para facilitação no trabalho do dia a dia. No início da pesquisa de campo notava-se um desconforto e até o fechar de telas na observação de uso dos sistemas de I.A. No término da temporalidade do estudo nota-se que os sistemas já ficam ligados e são repassados a todos os usuários e estão normalizados quanto os editores de texto e os buscadores virtuais. Aliás, esses foram os primeiros a serem suplantados pelos sistemas de I.A. generativo nas redações estudadas. Praticamente não se utiliza mais buscas em sistemas tradicionais virtuais, mas todos têm dado lugar, principalmente, ao ChatGPT e ao Gemini.

Conclui-se, notadamente, que, assim como houve uma revolução na chegada nos primeiros computadores às redações, bem como na conexão via Internet (inicialmente discada, depois a cabo e, mais recentemente, a fibra ótica) e depois da popularização de sistemas de busca, principalmente capitaneados pelo Google, os sistemas de Inteligência Artificial generativos estão ganhando forte espaço nas redações ou têm instigado empresas de assessoria de comunicação a passarem materiais para as redações praticamente totalmente feitos por sistemas do tipo.

Destaca-se que os sistemas mais comuns, principalmente ChatGPT e Gemini (versões gratuitas) estão praticamente popularizadas e são estimuladas pela maioria das empresas, notadamente nas interfaces de facilitação do trabalho ou de melhoria dos labores, sendo os mais comuns, nas questões textuais.

Enquanto nas redações ainda existem polêmicas sobre I.A., notadamente com o público com mais de uma década de profissão (a maioria trabalhando nesse período quase sempre em redações ou dividindo esse tempo com assessorias de comunicação), nos ambientes das assessorias de comunicação é praticamente uma regra, ao menos no estado do Piauí — nos lugares estudados — a utilização de sistemas de Inteligência Artificial, principalmente para as questões de criação e potencialização de textos, levando-se desde as questões dos *prompts* de comando para feitura deles, indo até os mecanismos de distribuição, mesclando-os com elementos imagéticos.

São nas assessorias de comunicação em que há um encontro maior de sistemas pagos de I.A. e mais modernos e de uma grande popularização das ferramentas, principalmente porque há uma quase cultura no estado de atendimento de clientes com menor potencial de investimentos, sendo oferecidos esse tipo de sistema para as mediações de suas necessidades comunicacionais, principalmente para redes sociais, alvo-principal da maioria desse tipo de cliente. Prioriza-se, para esse tipo de cliente das assessorias de comunicação, pela mediação em si, fazendo a mensagem chegar ao público que o assessorado deseja, em vez de priorizar pela confecção dos produtos, atualmente a cargo dos sistemas de Inteligência Artificial.

Ao menos no recorte destacado, negar a presença dos sistemas de I.A. é negar o próprio Jornalismo e suas transformações, pois, repete-se, os sistemas estão normalizados.

Um ponto que o estudo ora relatado e sistematizado, que permanece com vivências redacionais, ao menos em ambientação do Piauí, é que os mais jovens, principalmente abaixo de 25 anos, têm uma maior inserção e uma quase total utilização dos sistemas de Inteligência Artificial nas redações, enquanto os jornalistas com idade entre 26 e 35 anos, que fazem parte da geração que participou da mudança de século, e alguns com quase uma década de profissão, têm utilizado menos os sistemas de I.A. Já os jornalistas com mais de 35 anos, cada vez mais raros nas redações acompanhadas no estudo, pouco, ou quase não utilizam os sistemas generativos, mas não porque não saibam. A maioria acompanha, inclusive lê muito sobre o assunto, tendo forte poder de entender, mas continua pregando, e prezando, pelo jornalismo mais do cara a cara e das vivências, enquanto os de menor idade (com maior inserção ou totalidade de inserção nos sistemas de I.A.) pouco têm vivenciado o jornalismo de campo.

Nota-se que o fator universidade, ou seja, do profissional que teve a oportunidade de graduar-se a nível superior, ou em processo de graduação (aproximadamente 50% do atual público encontrado nas redações estudadas no Piauí), é outro fator coincidente de utilização dos sistemas de I.A.

Especula-se, cabendo uma pesquisa mais aprofundada, sobre essa utilização em maior escala estar em coincidência com o maior poder de consumo de novidades, debatidos, vivenciados e amplamente criticados no ensino superior, instigando uma maior gama de ideias, processos e ferramentas. Para aqueles que não passam, ou passaram, pelas universidades, nota-se que o ambiente de aprendizado tem sido na própria redação e que, muitas vezes, a compreensão das ferramentas de I.A. não tem sido tão

acompanhadas enquanto os que estão na vivência universitária. Estes, em termos de cronologia, são os que mais estão interconectados, assim como as próprias questões de redes sociais, nos ambientes das novidades tecnológicas contemporâneas.

Pode-se notar ainda que a inserção de sistemas de Inteligência Artificial generativo têm desestimulado a busca por atividades de campo, instigando o próprio jornalismo sentado, antes muito comum com a utilização constante de telefones (primeiro fixos e depois celulares) e, tempos depois, via sistemas de conversação online e, em tempos de I.A. generativa, puramente em dados ou informações construídas nos próprios sistemas. Ou seja, prejudicando a própria apuração de fatos e levando-se a um questionamento: será que precisamos de tantos meios de comunicação jornalísticos repassando as mesmas informações, principalmente balizadas por meio de assessorias de comunicação de órgãos públicos e de políticos?

Os mais novos em idade e experiência têm passado mais tempo de utilização de I.A e nota-se que muitos já tem esses sistemas internalizados em seus labores diários. Observa-se também que esse público, composto em sua maioria entre estagiários e recém-formados, se submetidos a uma proibição ou a casos em que a Inteligência Artificial ainda não é capaz de solucionar, terminam não sabendo executar determinadas atividades jornalísticas, o que coloca como mais frágeis nos próprios processos de substituição pelos sistemas de Inteligência Artificial, principalmente nas questões da máxima: de colocarmos todas as nossas atividades jornalísticas para as máquinas realizarem, principalmente nas questões de mediações informacionais, levando-se em conta suas maneiras de pautar, apurar, editar e veicular: precisaremos de humanos nesse processo?

O cerne da questão (e bem a título de provocação e para possíveis novas reverberações e críticas a este artigo) ao menos pelo que temos vivenciado nesse experimento é que a Inteligência Artificial continuará sendo coadjuvante se for *muleta*, se for uma perspectiva de ferramenta; já se for fim, é o início do fim de muitos postos de trabalho e, ao contrário de outras novidades tecnológicas, bem abastecido pelas próprias vítimas, que dia após dia, praticamente de maneira intencional, transformam esses sistemas em algozes na substituição dos postos de trabalho.

Os postos, em sua maioria, serão substituídos e as redações com muitos membros (algo que já vem ocorrendo, ano após ano neste século XXI) serão um instrumento do passado, principalmente porque as empresas são altamente artífices em apoiar esses processos de substituições.

Em termos jornalísticos, não é só dominar a ferramenta, o que a poucos cliques e com pouquíssimo conhecimento sobre, é possível, mas saber perguntar às plataformas, é compreender seus *prompts* e suas interfaces para além de uma tela.

Será que sem a visão holística de mundo e das pessoas, do poder do olhar, as matérias jornalísticas continuarão em voga, ou, permaneceremos apenas no trivial, no rápido, no acelerado, no efêmero? Ou, usando uma linguagem mais contemporânea: na velocidade 2x, um hábito já muito utilizado para consumir produtos audiovisuais ou, em tempos de TikTok, consumindo duas telas simultaneamente? Conseguiremos compreender os conteúdos mediados ou necessitaremos, como já utilizado muito em redações dos grandes veículos online nacionais, em que a matéria jornalística é resumida, dando lugar ao material aprofundado?

Nota-se outro paradoxo no processo, que é justamente o consumo de qualidade dos materiais e as próprias criações de bolhas de conteúdo, muitas vezes aliadas ao próprio consumo das notícias e de produtos informativos, inviabilizando as próprias questões das notícias.

Com o consumo via rapidez e efemeridade, juntando a empresas que cada vez mais confiam (com exceções) nos sistemas de I.A., a profissão de pautador, apurador, editor e veiculador de materiais jornalísticos, que fazem parte do ciclo de mediações informacionais, ainda terá razão de existir? As máquinas, que têm aprendido em uma velocidade meteórica (dado a quantidade de perguntas e problemas, além de sua velocidade de processamento) já estarão substituindo os jornalistas das redações, principalmente aqueles que confiam todos esses processos às máquinas?

Uma das descobertas do estudo é que já há empresas especializadas em capturar mapas de calor e de notícias, principalmente balizadas em redes sociais, como o X (ex-Twitter), o Instagram e o TikTok, conseguindo redigir matérias básicas (usando os tradicionais: o que, onde, por que, quando, como?) e vendendo esse conteúdo para sites noticiosos, tudo sem passar por nenhum humano. Ou seja, tem-se, para o básico, para o efêmero, e a preços menores que o pago em um piso salarial jornalístico, um conteúdo que substitui basicamente mais de dez pessoas.

Qual o futuro das redações em tempos de Jornalismo e Inteligência Artificial generativa? Seremos humanos, demasiadamente humanos, utilizando o que as I.As. têm de bom para fazer o que não sabemos fazer, tendo mais tempo de fazer do que as Inteligências Artificiais ainda não conseguem fazer.

Referências

BERTI, O. M. C. **ChatGPT: Evolução ou fim do Jornalismo**. Teresina: EdUESPI, 2023.

BERTI, O. M. C. **Inteligência Artificial e Jornalismo**. 2. ed. Teresina: EdUESPI, 2024b.

BERTI, O. M. C. **Inteligência Artificial e Jornalismo**. Teresina: EdUESPI, 2024a.

BROSTOM, N. **Deep utopia: Life, and meaning in a solved world**. Washington: Ideapress Publishing, 2024.

BROSTOM, N. **Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies**. Oxford: Oxford University Press, 2016.

CRUZ, K.; SANTAELLA, L. **Jornalismo e Inteligência Artificial podem caminhar juntos?** São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2024.

FARIAS, S. A. de. Pânico na academia: Inteligência Artificial na construção de textos científicos com o uso do ChatGPT. **Revista Interdisciplinar de Marketing**, Maringá, v. 13, n. 1, 2023, p. 79-83.

FEILER, C. P. **Inteligência Artificial: entenda como chegamos ao ChatGPT**. 2023. Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/inteligencia-artificial-historico>. Acesso em: 07 jul. 2024.

HAUGELAND, J. **Artificial Intelligence: The very data**. New York: Bradford Book, 1989.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Dados sobre o Piauí**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pi.html>. Acesso em: 07 set. 2024.

KOVACS, L. **Quais são os tipos de inteligência artificial?** 2022. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/quais-sao-os-tipos-de-inteligencia-artificial>. Acesso em: 17 jul. 2024.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2009.

MELO, J. M. **História do Jornalismo: itinerário crítico, mosaico contextual**. São Paulo: Paulus, 2012.

MELO, J. M. **Jornalismo, forma e conteúdo**. São Paulo: Difusão, 2009a.

MELO, J. M. **Teoria do Jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

MELO, J. M. **Teoria e metodologia da comunicação: tendências do século XXI**. São Paulo: Paulus, 2014.

MELO, J. M. **Vestígios da travessia: da imprensa à Internet – 50 anos de Jornalismo**. São Paulo: Paulus, 2009b.

NEY, E. C. M. Diretorias e conselhos ciborgue: a inteligência artificial na alta liderança. São Paulo: **Revista GV Executivo**, v. 22, n. 4, 2023, p. 20-26.

NOGUEIRA, M. **Jornalistas veem IA como oportunidade e ameaça, segundo estudo**. 2023. Disponível em: <https://bit.ly/40ayqEz>. Acesso em: 01 jan. 2024.

OLIVEIRA, F. **História da Inteligência Artificial (IA)**. Disponível em: <https://tinbot.com.br/blog/historia-da-inteligencia-artificial-ia>. Acesso em: 20 out. 2024.

PRADO, J. **A inteligência artificial é mais antiga do que você imagina**. 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/especiais/inteligencia-artificial-historia-dilemas>. Acesso em: 03 set. 2024.

SANTAELLA, L. **A inteligência artificial é inteligente?** São Paulo: Edições 70, 2023.

TARGINO, M. G. **Jornalismo Cidadão informa ou deforma?** Brasília: Ibict/Unesco, 2009.

TRAVANCAS, I. Etnografia da produção jornalística: estudos de caso da imprensa brasileira. **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 6, n. 2, 2010, p. 83-102.

VIEIRA, L. S. Etnografia como abordagem teórico-metodológica em estudos de crítica de mídia. **Revista Rumores**, São Paulo, v. 12, n. 23, 2018, p. 128-152.

Submissão: 15 de out. 2024

Aceite: 22 de dez. 2024.