

2ª Edição



Jornalismo e Inteligência Artificial

***Orlando Maurício
de Carvalho Berti***



EdUESPI

JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – **UESPI**

Prof. Dr. Evandro Alberto de Sousa
Reitor

Prof. Dr. Jesus Antônio de Carvalho Abreu
Vice-Reitor

Profa. Dra. Mônica Maria Feitosa Braga Gentil
Pró-Reitora de Ensino de Graduação

Profa. Dra. Josiane Silva Araújo
Pró-Reitora Adjunta de Ensino de Graduação

Prof. Dr. Raurys Alencar de Oliveira
Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Profa. Dra. Fábria de Kássia Mendes Viana Buenos Aires
Pró-Reitora de Administração e Recursos Humanos

Profa. Msc. Rosineide Candeia de Araújo
Pró-Reitora Adjunta de Administração e Recursos Humanos

Prof. Msc. Lucídio Beserra Primo
Pró-Reitor de Planejamento e Finanças

Profa. Msc. Joseane de Carvalho Leão
Pró-Reitora Adjunta de Planejamento e Finanças

Profa. Dra. Ivoneide Pereira de Alencar
Pró-Reitora de Extensão, Assuntos Estudantis e Comunitários

Prof. Dr. Marcelo de Sousa Neto
Diretor da Editora da Universidade Estadual do Piauí – EdUESPI

Universidade Estadual do Piauí

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina – PI • CEP: 64002-150

Todos os direitos reservados – 2024

Orlando Maurício de Carvalho Berti

JORNALISMO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



EdUESPI



GOVERNO DO ESTADO DO PIAUÍ
UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUÍ – UESPI



Rafael Tajra Fonteles
Themístocles de Sampaio Pereira Filho
Evandro Alberto de Sousa
Jesus Antônio de Carvalho Abreu

Governador do Estado
Vice-governador do Estado
Reitor da UESPI
Vice-reitor da UESPI

Conselho Editorial EdUESPI

Marcelo de Sousa Neto
Algemira de Macedo Mendes
Ana de Lourdes Sá de Lira
Antonia Valtéria Melo Alvarenga
Cláudia Cristina da Silva Fontineles
Fábio José Vieira
Gladstone de Alencar Alves
Maria do Socorro Rios Magalhães
Nelson Nery Costa
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Paula Guerra Tavares
Sammy Sidney Rocha Matias

Presidente
Universidade Estadual do Piauí
Universidade Estadual do Piauí
Academia de Ciências do Piauí
Universidade Federal do Piauí
Universidade Estadual do Piauí
Universidade Estadual do Piauí
Academia Piauiense de Letras
Conselho Estadual de Cultura
Universidade Estadual do Piauí
Universidade do Porto (Portugal)
Universidade Estadual do Piauí

Orlando Maurício de Carvalho Berti
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Orlando Maurício de Carvalho Berti
Impressão

Editor
Revisão
Capa/Diagramação
Gráfica Aliança (Teresina – PI)

B543j Berti, Orlando Maurício de Carvalho.
Jornalismo e Inteligência Artificial / Orlando Maurício de Carvalho
Berti. 2. ed. – Teresina: EdUESPI, 2024.
165 p. : il.

ISBN versão impressa: 978-65-81376-47-5

1. Comunicação. 2. Jornalismo. 3. Inteligência artificial.
4. Internet. 5. Mediações informacionais. I. Título.

CDD:302.23

Ficha Catalográfica elaborada pelo Serviço de Catalogação da Universidade Estadual do Piauí – UESPI
Nayla Kedma de Carvalho Santos (Bibliotecária) CRB 3ª Região/1188

Editora da Universidade Estadual do Piauí – EdUESPI

UESPI (Campus PoetaTorquato Neto)

Rua João Cabral • n. 2231 • Bairro Pirajá • Teresina-PI

Todos os Direitos Reservados – 2024

**“Eu acredito que às vezes são as
pessoas que ninguém espera nada
que fazem as coisas que ninguém
consegue imaginar”.**
(Alan Turing)

DEDICATÓRIA

*A todo mundo que age em prol de um
Jornalismo de qualidade, mais ético, mais
edificador e transformador, longe de amarras
e de lacrações! E às futuras gerações!*

Agradecimentos

- ***Sempre, a Deus, Todo Poderoso, Pai Inspirador de tudo e fonte de iluminação para estes escritos;***
- ***Sempre, também, agradecemos a nosso alunado, no dia a dia de sala de aula, das conversas fora desse ambiente, bem como em todas as horas. Vocês são elementos-chave para este livro. É muito para vocês que as páginas a seguir foram pensadas e feitas;***
- ***Agradecemos também a nosso alunado de iniciação científica e de conclusão de curso, pois foram nas discussões e debates sobre vossas pesquisas que muito deste livro foi concebido;***
- ***Agradecer a Samara Berti, figura ímpar na compreensão de ausências, no entender as noites, os sábados, os domingos e algumas madrugadas em que estava frente a frente com o computador para pesquisar e escrever sobre este livro. Te amo!;***
- ***Muita gratidão a dona Cristina Berti, também conhecida por minha mãe, figura que sempre acreditou na importância do conhecimento para a edificação da gente;***
- ***Agradecer a UESPI – Universidade Estadual do Piauí – espaço de debates necessários para o pensar e o fazer este livro. Nosso agradecimento, desde à reitoria, à vice-reitoria, às pró-reitorias, a todos os setores técnicos e acadêmicos, bem como seus maravilhosos e competentes equipes de colaboradores; a todo mundo que faz o nosso Centro de Ciências da Comunicação, Educação e Artes – CCECA – (do campus Poeta Torquato Neto – em Teresina – PI) e também a todo mundo que faz parte do Bacharelado em Jornalismo, nossa casa acadêmica;***
- ***É premente o agradecimento a toda a equipe (diretiva, técnica e do Conselho) da Editora da Universidade Estadual do Piauí – EdUESPI, espaço que tem promovido com maestria o compartilhamento de conhecimento e possibilidades de novas edificações e pluralização do saber;***
- ***E a você, leitora ou leitor deste material. Se ele tiver sido de aproveitamento, inspiração e evolução para a formação e vida de alguém, já terá valido a pena ter escrito este livro.***

SUMÁRIO

Introdução à Segunda Edição. Precisamos falar, mais e mais (queiramos ou não), sobre Inteligência Artificial.....17

1 – A necessidade, urgente, do Jornalismo voltar a ser protagonista em uma sociedade cada vez mais conectada, mas com o paradoxo de se sentir cada vez menos informada.....27

1.1 – O Jornalismo nasce da necessidade de mediações (muito) além do local. Lições para o contemporâneo e primeiras provocações sobre o aprender com os erros para tentar acertar mais.....32

1.1.1 – Do início, para poucos, com poucos, evoluindo para os letrados e abastados, chegando até a quase todos. O Jornalismo Cidadão, potencializado pela Internet, começa a ganhar a sensação que está falando para muitos. Será?....37

1.2 – Um debate bem essencial sobre o Jornalismo, suas interfaces e o que é feito na Internet.....43

1.2.1 – A Internet em si e a grande revolução só comparada com a popularização da Inteligência Artificial em nossa década. Um (será?) tão maravilhoso mundo novo?.....48

1.3 – Quando a Inteligência Artificial é potencializada para mediar e instigar o Jornalismo.....53

2 – Hoje é moda falar sobre Inteligência Artificial, mas suas proposições e pensamentos têm quase um século de existência.....59

2.1 – De Marian Rejewski a Alan Turing, o início e as experimentações em I.A. O pressuposto de John McCarthy, Marvin Minsky, Alan Newell e Herbert Simon e a consolidação da Inteligência Artificial.....64

2.2 – Dos sistemas computacionais tradicionais e complicadíssimos, aos dispositivos mais comuns e a popularização da I.A. no nosso dia a dia.....75

2.2.1 – As I.As.: Fraca e Forte. Perspectivas.....79

3 – Do ChatGPT ao Bard, passando pelo Bing e o Gemini: uma infinidade de I.As. que mudam, e mudarão, nossas maneiras de utilizarmos as mediações informacionais.....83

3.1 – O ChatGPT e suas revoluções.....86

3.2 – Do Bard ao Gemini, a resposta do Google.....89

3.3 – Bing! Vocês acham que a Microsoft ia ficar de fora?.....92

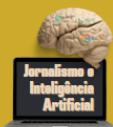
3.4 – Outras importantes ferramentas de Inteligência Artificial neste meio de terceira década do século XXI. Elas dominarão o Mundo?.....94

3.5 – Que rumo as I.As. vão nos levar?.....96

3.6 – *Deep fake* e os rumos prementes e evidentes sobre consequência não tão positiva da Inteligência Artificial. As I.As já fazem parte do Jornalismo.....98

4 – Jornalismo em tempos de I.A. Generativa..	105
4.1 – Antes de tudo, um mais que aprofundado debate ético sobre a temática.....	108
4.2 – Como ficam as quatro interfaces básicas das mediações informacionais com os sistemas de Inteligência Artificial? A pauta, a apuração, a edição e a veiculação das notícias.....	112
4.2.1 – A pauta – aqui nasce a notícia – seja via um acontecimento quente ou algo frio.....	114
4.2.2 – A apuração – o maior segredo jornalístico do processo.....	120
4.2.3 – A edição – saber mediar corretamente para retransmitir bem os fatos.....	124
4.2.4 – A veiculação – não adianta ter um produto incrível se não souber distribuir, socializar e não chegar aos públicos.....	127
4.3 – As pessoas do Jornalismo perderão seus espaços? A Inteligência Artificial substituirá quem faz Jornalismo?.....	128
4.4 – O Jornalismo ainda tem razão de ser e existir depois de tudo isso? Há uma luz no fim do túnel ou somos quixotescos combatendo moinhos de vento?.....	132
4.5 – Tendências sobre a Inteligência Artificial e o Jornalismo. Devemos estar muito atentos no que ela tem feito, e fará. A Educação Midiática como chave coletiva e evolutiva para a resposta de um novo Jornalismo em tempos de I.A.	139

5 – Como se proteger de pseudo materiais tidos como jornalísticos? Lembrando que muitos deles são simplesmente feitos por Inteligência Artificial, para nos confundir e nos ludibriar.....	141
5.1 – As guerras de narrativas, inclusive ampliadas pelas I.As.	145
5.2 – Utilizando sistemas de engenharia reversa para averiguar se determinados materiais são ou não oriundos de Inteligência Artificial. Dicas para combater isso se quiseram te enganar.....	148
5.2.1 – AI Content Detector.....	150
5.2.2 – CopyLeaks.....	150
5.2.3 – Cramly.....	151
5.2.4 – Smodin.....	151
5.2.5 – ZeroGPT.....	152
 Posfácio.....	 153
 Referências.....	 157



Introdução à Segunda Edição. Precisamos falar, mais e mais (queiramos, ou não), sobre Inteligência Artificial

Desde o final de 2022, mesmo ano que marcou novas sociabilidades geradas no pós-pandemia, que tenho sido instigado a estudar com mais ênfase temáticas envolvendo Inteligência Artificial e Jornalismo.

Da curiosidade gerada, anos antes, ao ver experimentos de colegas das Ciências da Computação e em avanços informacionais de dispositivos internéticos, noto, e chamo a atenção, para a temática Inteligência Artificial generativa. Mesmo você não tendo muita simpatia com o assunto, sugiro investir algum tempo de sua vida em aprofundar-se nessa temática. Mais cedo ou mais tarde precisará falar e debater sobre, já que, mesmo sem saber, os sistemas de Inteligência Artificial fazem muito parte de sua vida.

Estes foram os motivos principais da escrita deste livro.

Apresentamos esta segunda edição. Ela foi ampliada em ideias e polêmicas, pois permaneci muito provocado pelo alunado do Bacharelado em Jornalismo da UESPI – Universidade Estadual do Piauí, do campus Poeta Torquato Neto (em Teresina, capital do Piauí), onde sou professor, pesquisador e extensionista há quase duas décadas e meia. Iguais provocações também vieram de membros da sociedade

em geral e ainda do campo jornalístico. Havia uma necessidade e pedidos para que falasse e retratasse mais sobre as questões das mediações informacionais, que tanto fazem parte do Jornalismo que acreditamos e tentamos ensinar, e suas relações com a Inteligência Artificial, também conhecida (e utilizada para fins pedagógicos) pela sigla: I.A.

Quais seriam os efeitos dessa tecnologia, que não nasceu agora (para a surpresa de algumas pessoas), bem como de seus atos, principalmente em um planeta cada vez mais conectado e cheio de interações, vivenciando no paradoxo de que estamos cada vez mais em desinformação e sem saber o mínimo que ocorre no planeta e, às vezes, em nossos próprios arredores?

A temática também tem suscitado várias críticas e polêmicas, principalmente porque muitos acreditam que falar sobre I.A. é ser tecnófilo (apaixonado) demais para um mundo em que ainda é extremamente humano, demasiado humano.

Costumo provocar: a Inteligência Artificial foi criada por humanos, é inspirada em humanos e, quer queira ou não, faz (e fará) parte de sua vida, mesmo que você não saiba. Então, por mais que antipatizemos, é de bom tom, no mínimo, ligarmos nossos alertas para a I.A. e suas consequências.

Em 2023, lançamos pela EdUESPI – Editora da Universidade Estadual do Piauí – que também fornece o selo para este livro e para esta segunda edição, a obra **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?** (convidamos você a lê-lo). Aquela obra, como o próprio título nos faz ver, é uma provocação direta, em forma de questionamento sobre os impactos do então principal, e reinante, sistema de I.A. generativa: o ChatGPT, entremeio às questões do Jornalismo contemporâneo, principalmente sobre as quatro perspectivas

básicas das mediações informacionais: a pauta, a apuração, a edição e a veiculação (que também serão tratadas nesta obra). Em **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?**, que é nosso primeiro livro sobre Inteligência Artificial, nos preocupávamos sobre o Jornalismo do agora e do amanhã. Quem atua com o Jornalismo no dia a dia sabe que o amanhã pode ser daqui a alguns minutos e que a temporalidade é bem relativa em se tratando de Internet. A I.A. está aí para provar, cada vez mais potencializada pelos sistemas internéticos.

ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo? nos fez ter uma grande noção do poderio e impactos da Inteligência Artificial. Ele foi muito debatido entre nosso alunado, recebi feedback de universitários de vários cantos do país e também de colegas docentes. Entre os jornalistas o livro recebeu elogios, mas, principalmente críticas. Muitos dos colegas que estão no campo, no dia a dia redacional, acharam exagerado a comparação de que o Jornalismo poderia acabar e que os sistemas de Inteligência Artificial não serão capazes de acompanhar e ter o poderio humano nesses processos.

Marri Nogueira (2023), refletindo pesquisa mundial da London School of Economics (da capital da Inglaterra) feita com jornalistas de 46 países (incluindo o Brasil), destaca 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, que são vedetes no trabalho de geração de texto, podem oportunizar a melhoria da eficácia, da produtividade e da criatividade textual. Temos notado isso também em redações jornalísticas regionais e locais e também em assessorias de comunicação.

O certo é que, com o livro, ou sem o livro, com estes escritos ou sem estes escritos, o tema Inteligência Artificial, tem mexido com o campo jornalístico. E mexerá muito mais!

Em 2023 o termo Inteligência Artificial foi um dos mais buscados do planeta nos sistemas virtuais.

É fato que ferramentas de I.A. têm feito parte da vida social, em todas as suas esferas. No ano de 2024 (em que este livro foi escrito e lançado) há uma tendência de aumento exponencial desses números. Procuremos saber, então, sobre os impactos qualitativos de tudo isso.

Apresentamos neste **Jornalismo e Inteligência Artificial** (principalmente em sua segunda edição) experiências, provocações e, principalmente, reflexões sobre questões das mediações informacionais e os sistemas de Inteligência Artificial. Evoluímos no debate e, notadamente, nas provocações, ampliando tudo isso não só para o ChatGPT, que ainda continua sendo uma coqueluche (inclusive com sua nova, e incrível, versão 4.0 e suas modificações quase semanais), mas também aos outros sistemas que têm prometido serem mais ágeis e eficazes do que o pioneiro.

Então, novamente, tentando esclarecer dúvidas, ampliar polêmicas e instigando o hábito de leituras, notadamente de temas atuais, e cumprindo uma das funções da Universidade, que é ser vanguarda em pensamento e respostas e estar a par do que ocorre, expomos a obra.

Seu nome e sua ideia advém de tentar juntar duas áreas essenciais nesse processo: a parte informática e de dados, da Inteligência Artificial generativa, com suas questões mais sociais, e humanas, instigadas pelo Jornalismo. É uma provocação na junção de duas áreas naturalmente não tão

próximas mas que, fundidas, para o bem e para o mal, têm provocado sérias mudanças sociais e na forma de se produzir e consumir informações, seja para a ampliação de nichos de manipulação ou para a busca de informações verdadeiras e edificantes.

Este livro foi pensado em ser caminho para instigar não só outros trabalhos acadêmicos do tipo, bem como releituras, críticas e sugestões, mas também promover esclarecimentos à sociedade sobre a fenomenologia da Inteligência Artificial e suas interfaces com as mediações informacionais, tão presentes, prementes e necessárias para a continuação de um bom, ético, instigante e revolucionário Jornalismo. Foram duas dezenas e meia de semanas de constantes escritas, pesquisas, filtragem de materiais e reescritas, entre 2023 e 2024 (para a primeira edição) e mais dois meses e meio (para a segunda edição), justamente para tentar fazer chegar a você uma série de pontuações sobre questões de mostrarmos os motivos de que a I.A. veio para mexer, e muito, com o Jornalismo. Que essas mais de duas mil horas de estudos de preparação deste livro sirvam para aumentar seus conhecimentos sobre a área!

Ao falarmos sobre Jornalismo, gostamos de trazê-lo com o jota maiúsculo, principalmente por se diferenciar do jornalismo, em minúsculo, como sendo de importante interlocução e inserção de diferencial. Por isso, ao ler o termo, não estranhe o preciosismo, mas o utilizamos como uma maneira de diferenciar o joio do trigo.

Como já vimos trazendo em outros livros e em outras publicações sobre a temática: quando você recebe 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 você, que utiliza 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 *chatboot* (quando há conversação) ou *boot* (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.

Elas são uma I.A., ou seja, uma máquina, operando como se fosse uma pessoa (quase sempre dizendo que é) para trazer mais conforto e deixar o serviço mais rápido e convincente. E ainda em economizar para as empresas a quantidade de funcionários. Pois uma máquina com I.A. consegue atender ao mesmo tempo e solucionar série de demandas, 24 horas por dia e sete dias por semana, sem parar, em comparação às mesmas funções de milhares de pessoas. As Inteligências Artificiais estão presentes em praticamente todas as grandes lojas, em quase todos os serviços, sejam via ligação telefônica ou via acesso pela Internet (de maneira online ou offline). Até em um atendimento médico ou de quaisquer serviços (dos mais simples aos mais complicados), ela está lá, inserida para, ao menos no papel, tentar facilitar nossas vidas.

O que podemos afirmar, e ter certeza, é que seus sistemas vieram para ficar, mesmo sendo muito irritante termos algumas vezes de sermos atendidos por um robô que mais atrapalha do que ajuda a nossa demanda. Quem nunca passou por esses perrengues atire o primeiro mouse!

Se sairmos do script do que questionamos a algumas I.A.s terminam tendo menos atendimento do que não. Por isso há uma defesa e crença que a I.A. vai acabar, sim, com alguns postos de trabalho, mas não todos, porque a maioria delas, ao menos por enquanto, não conseguiram ainda imitar por completo o entendimento, faces, interfaces e, bem como imprevisibilidades tão naturais de nós, humanos. As próprias empresas já viram isso. Mas é fato que, para ter um atendimento humano, antes passa-se por algumas opções, que a I.A. vai disponibilizando e depois aprendendo, para, justamente, ter cada vez mais automação no processo e menos intervenção humana direta.

Mais notório ainda é que os sistemas de Inteligência Artificial, notadamente das grandes empresas de conteúdos e dispositivos virtuais, as Big Techs, têm conseguido evoluir em uma velocidade sequer imaginada por Alan Turing (o responsável por mundializar as I.As.), seus discípulos e evolucionistas em suas ideias. Isso é dado pela quantidade do tráfego de informações disponíveis, com bilhões de informações a cada hora, envolvendo centenas de milhões de pessoas, e também na capacidade de processamento de informações dos computadores dessas empresas.

Esses pontos formam o elo perfeito para o aprendizado das máquinas em termos de todos os tipos de consumo. Como uma pessoa, as experiências vão fazendo parte do dia a dia e entre erros e acertos, a máquina vai aprendendo.

Agora imagina só tudo isso feito milhões, ou até bilhões de vezes por dia, em praticamente todos os cantos do Mundo? Aprendendo culturas, sotaques, defeitos, sonhos e polêmicas?

Essa é a receita perfeita sobre o que e como essas empresas estão coletando de dados e tendo os perfeitos reflexos do que está ocorrendo em nossas sociedades.

E no Jornalismo contemporâneo, como a Inteligência Artificial faz parte das sociabilidades e socibilidades? Como tudo isso, anteriormente destacado, tem feito parte do que é midiaticizado pelos meios e seus sujeitos, principalmente os jornalistas e os consumidores da informação?

Para fins de melhor leitura e também de entendimento das ideias propostas, este livro é composto de cinco capítulos, numerados e separados de um a cinco. Cada um foi propositalmente pensado para tornar a leitura mais fácil, sem tantos academicismos e, principalmente, sem as chatices de voltas e voltas para explicar um fato.

Cada capítulo pode ser lido separadamente, sendo que tentamos partir da técnica de apresentar inicialmente nosso pensamento e provocações jornalísticas para em seguida chegar a temática da Inteligência Artificial e depois refletir, contemporaneamente, sobre as duas áreas e suas questões da atualidade, tendo-se como ponto temporal, a metade da terceira década do século XXI.

O primeiro capítulo, *A necessidade, urgente, do Jornalismo voltar a ser protagonista em uma sociedade cada vez mais conectada, mas com o paradoxo de se sentir cada vez menos informada*, fala sobre o Jornalismo em si, apresentando questões históricas e contemporâneas sobre essa área, trazendo-se polêmicas de como as mediações informacionais têm sido impactadas pelos dispositivos de I.A.

O segundo capítulo, *Hoje é moda falar sobre Inteligência Artificial, mas suas proposições e pensamentos têm quase um século de existência*, explica o que é a I.A., traz faces, interfaces, e elementos históricos e contemporâneos, além de seus tipos mais presentes no nosso dia a dia.

O terceiro capítulo, *Do ChatGPT ao Bard, passando pelo Bing e o Gemini: uma infinidade de I.As. que mudam, e mudarão, nossas maneiras de utilizarmos as mediações informacionais*, trata sobre os principais sistemas de I.A. generativa contemporâneos, bem como provoca sobre as questões jornalísticas propriamente ditas.

Enquanto isso, o quarto capítulo, *E o Jornalismo?*, discorre sobre questões de atualidades e um futuro bem próximo sobre o papel do Jornalismo (e, conseqüentemente, as mediações informacionais) nesse processo, entre suas faces tradicionais e suas perspectivas com as I.As.

O quinto, e último, capítulo, nominado: *Como se proteger de pseudo materiais tidos como jornalísticos? Lembrando que muitos deles são simplesmente feitos por Inteligência Artificial, para nos confundir e nos ludibriar*, trata sobre mecanismos de esclarecimentos sobre como as I.As. podem agir em manipular. Trazemos pontos para entendermos isso, inclusive quando os humanos agem na utilização maldosa e aética de sistemas de Inteligência Artificial.

Finaliza-se com o *Prólogo*, que foi pensado como elo provocativo dos cinco momentos já destacados, tentando atualiza-los e contemporiza-los ao máximo, realizando considerações para possíveis novas perguntas.

Depois apresenta-se as referências utilizadas para o balizamento teórico do que é trazido no livro, enveredando-se

por leituras de obras clássicas e contemporâneas, além das fontes hemerográficas, virtuais e documentais.

Propõe-se, principalmente, um material que seja de leitura a pessoas não só dos meios universitários (graduação e pós-graduação) e jornalístico, mas também à sociedade em geral. Afinal, ela e seus membros (cujo qual fazemos parte diretamente) somos impactados diariamente (mesmo que não saibamos ou prestemos atenção) com as questões e sistemas de Inteligência Artificial, inclusive com a feita, quase que diária, de uma série de perguntas, uma delas, inclusive, será que os sistemas de I.A. vão dominar o Mundo? Enquanto refletimos sobre isso, pode ter certeza, o ChatGPT, o Bard, o Bing, o Gemini, só para citar alguns, têm essas respostas na tela dos teclados e, a cada dia, têm aprendido, mais e mais a nos responder. Aprendamos também que o Jornalismo pode vivenciar tudo isso e ajudar a edificar.

Ao terminar de ler este livro, por favor, não deixe de dar sua opinião, seu feedback, suas críticas e sugestões. Nossos contatos: e-mail: **berti@uespi.br** e *Instagram*: **@orlando.berti**. E também podem nos contatar por meio do Laboratório de Inteligência Artificial em Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí (e-mail: **liaj@uespi.br** ou *Instagram*: **@liaj.uespi**).

Excelente, prazerosa e edificante leitura a você!



1

***A necessidade, urgente, do
Jornalismo voltar a ser
protagonista em uma
sociedade cada vez mais
conectada, mas com o
paradoxo de se sentir cada
vez menos informada***

O Jornalismo é um dos elos mais importantes do funcionamento de uma sociedade democrática e plural.

Entende-se como vivência em democracia e pluralidade o direito a poder expressar-se, tendo a responsabilidade do que se comunica e como se comunica, principalmente para o avanço coletivo, mediante também à prática do respeito às individualidades; sem a defesa de um estado punitivista e restritivista, mas que seja defensor do direito de fala, do poder escutar, ler e multimidializar. Destaca-se que mesmo que estes preceitos comunicacionais possam não ser a concordância de quem a condena e que este mesmo estado, democraticamente agindo, possa atuar nos rigores da Lei em caso de descumprimento dos instrumentos já vigentes, muitos com dezenas de anos em voga e que, no íntimo, garantem a própria democracia.

Também o Jornalismo instiga, une, provoca, promove, vivencia e avança, geralmente trazendo consequências positivas entremeio a liberdades e coletividades.

Seu poder de mediação (ou até de não mediação, muitas vezes feito propositalmente) é o limite, quase sempre, entre a inclusão e a exclusão, a coletividade e a tirania, a educação e o flerte com a barbárie, entre o esclarecimento e a manipulação e, em termos de tempos mais modernos e contemporâneos, entre a informação e a desinformação.

Os debates entre esses dois termos têm ganho adeptos, dentro e fora do ambiente jornalístico, nas universidades e, principalmente, na própria sociedade, pois instigam, ao mesmo tempo, a reflexão sobre possibilidades de limites ao que é mediado, como também ao direito (ou não) de falar-se o que se pensa.

Luiz Beltrão (2008), primeiro brasileiro a propor uma teoria comunicacional puramente nacional (chamada de Folkcomunicação), destaca que o Jornalismo tem o dever de promover a informação de fatos correntes, interpretados e de maneira a transmiti-los à sociedade em geral, objetivando difundir conhecimentos e a orientar a opinião pública, principalmente na promoção do bem comum.

Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Guimarães Barbosa (2014) dizem que o Jornalismo é a atividade que visa apurar, transmitir e processar, de maneira periódica, informações atuais para grandes públicos ou públicos segmentados por meio de veículos de difusão coletiva.

Levando em conta esse conceito, que diferencia basicamente o Jornalismo das outras formas de comunicação, mostra-se também a importância de uma melhor organização e entendimento sobre as mediações informacionais, principalmente em suas formas: escrita, falada, imagética, televisionada ou multimidiática (envolvendo alguns, ou todos, os caminhos anteriores).

Juarez Bahia (2009a; 2009b), que tem um dos conceitos mais clássicos e ainda muito moderno sobre o Jornalismo brasileiro, diz que essa área, principalmente na realidade nacional (ao menos até o início deste século), registra e aprecia acontecimentos de interesse geral, com a transmissão de informações, fatos ou notícias, com exatidão, clareza e rapidez, em conjugação de pensamentos e ações.

José Marques de Melo (2006; 2009a; 2009b; 2012; 2014), considerado o sedimentador e maior impulsionador das pesquisas em Comunicação e também primeiro professor brasileiro a ter Doutorado em Jornalismo, com mais de cem obras sobre a área, sempre prezou pela perspectiva da Comunicação, e, principalmente o Jornalismo, vivenciando na prática as questões de mediar, ou, como gostava de metaforizar, ser a esfinge midiática, o lugar em que um fato é significado, por meio da ligação entre emissão e recepção.

Também, para José Marques de Melo (2014), em ampliação dos debates, o Jornalismo é multidisciplinar e termina tornando a área muito mais interessante por ter direcionamentos que permitam atuar junto com outras áreas, 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.

Manuel Chaparro (1998) enfatiza que o Jornalismo é união, não se dividindo e sempre sendo construído com multiplicidades de informações e opiniões. Este conceito nos leva sobre o ponto da própria pluralidade sobre quem e como são vivenciadas as mediações informacionais, com múltiplas opiniões e pontos de vista, fortalecendo a sociedade.

Tudo o que vem ocorrendo na contemporaneidade, para o bem e/ou para o mal, não é uma mera coincidência; tem o Jornalismo entremeio a esses processos, mesmo sendo vilipendiado e suas maneiras de fazer e de chegar ao público sejam contemporaneamente questionados.

Provocamos: ou ele é protagonista, ou termina sendo um instrumento, sempre feito por seres humanos, com suas qualidades, defeitos e virtudes.

Estes têm criado ferramentas cada vez mais ágeis e mais rápidas para terem suas informações (sejam em sentido coletivizante, ou puramente comercial e/ou manipulatórios) cada vez mais presentes nos corações e mentes da população, no caso: eu, você, a gente.

O nosso próprio direito de elogiar e criticar o Jornalismo é oriundo dele enquanto instituição informal constituída e da luta de muita gente que nos antecedeu e pagou, na pele, pelo direito a liberdade de poder falar e até de ter seguidores para deixar escritos e ideias que avançassem para o futuro. Por isso, por mais que critiquemos e elogiemos o Jornalismo, pregamos por sua existência, permanência, necessidade e aumento de presença social.

Costumamos muito refletir e também provocar: pode ser até ruim com ele, mas, certeza, é muito pior sem ele. Nos lugares em que o Jornalismo não pode operar com liberdade, mesmo em tempos de tantas tecnologias, temos notado o quanto o autoritarismo tem feito parte das populações e as têm levado a fossos colossais, muito piores do que nos períodos medievais e escravocratas.

O que diferencia do agora ao de ontem, nesses lugares antidemocráticos (muitas vezes experimentados até nos tempos atuais do Brasil), é que naquela época não existia a

sensação de poder falar. Em nossos tempos, há essa expectativa.

Mas não podemos negar, e muito menos tentar tapar o sol com a peneira, em não se incomodar que o Jornalismo precisa retornar em ter um protagonismo social e, principalmente, ser um elo em um período de tantas conectividades (cada vez mais crescentes), mas cheia de paradoxos e de sensações de quanto mais achamos que estamos bem informados, menos estamos.

O que está ocorrendo? Quem tem responsabilidade nisso tudo? Os meios? A gente, enquanto cidadãos comuns, mas responsáveis constantemente pelo voto e por cobrar nossas autoridades? As universidades? As escolas que formam as crianças em seus primeiros passos? As igrejas e outras instituições religiosas? Os partidos políticos? As instituições e os movimentos sociais?

Mesmo com tantas respostas e entendendo que o Jornalismo tem uma função primordial e que as informações têm sido cada vez mais distribuídas e chegando a mais pessoas, temos a sensação que estamos cada vez menos informados neste século XXI. Por que será?

Lembrando que não foi fácil e rápido esse processo.

Qualquer livro, ou outro tipo de texto, que trate sobre história do Jornalismo ou da Imprensa (principalmente a brasileira), trará histórias escabrosas sobre como as liberdades de podermos falar, de até ter o nosso próprio meio (principalmente na Internet) foi conquistado, às custas de suor, sangue, falecimentos e lutas e muitas prisões (quase sempre arbitrárias).

O que hoje temos de graça, facilmente e até (muitas vezes) irresponsavelmente, em escrever, falar, mostrar e

multimidiatizar em nome do Jornalismo é uma conquista social e não pode ser trocada por nada. É um bem e um direito sagrados.

Nossa reflexão, seja ela, com elementos históricos e empíricos, não significa um tratado, ou muito menos a única verdade, sobre o Jornalismo. Mas, como em todo o livro, uma provocação sobre essa importantíssima área e como, ao longo dos tempos, notadamente nos últimos anos deste século XXI, em chamados períodos de alta conexão e conectividade balizados pelas TICs – Tecnologias da Informação e da Comunicação –, vem se transformando, evoluindo, polemizando e trazendo pontos que mexem com todas as interfaces sociais.

Uma delas está no próprio local, no lugar, no jornalismo de proximidade, sendo esse próximo não necessariamente geográfico, mas representativo e, principalmente, instigando o pertencimento, como bem reflete Alain Bourdin (2001), sobre as mudanças entre o local de antes, no espaço físico para o de agora.

Mas o que é mesmo o local entremeio a tantas conexões e possibilidades de termos este local também refletido no ambiente do digital?

1.1 – O Jornalismo nasce da necessidade de mediações (muito) além do local. Lições para o contemporâneo e primeiras provocações sobre o aprender com os erros para tentar acertar mais

Dependendo do autor, da linha de pesquisa, do lugar em que estuda e escreve e a que se refiram, há vários pontos de debate sobre os primeiros passos, transformações, evolução (ou seriam evoluções?) e atualidade do Jornalismo.

Essas argumentações são essenciais para entendermos que durante os séculos os passos do Jornalismo, como ele surgiu, bem como evoluiu e tem se transformado, modificam as sensações e pluralidade sobre as mediações.

Se até o final do século XX havia uma quase certeza que as mediações informacionais partiam das grandes empresas, a maioria fruto de grandes conglomerados pertencentes quase sempre a uma elite política, econômica e cultural, apelidada de *mainstream*, muitos ditando regras, tendências, modas e fatos noticiosos, quase sempre do eixo Rio de Janeiro – São Paulo (no caso brasileiro), esse pensamento mudou em menos de 30 anos (notadamente neste século XXI) e de uma maneira muito rápida, deixando muitos daqueles anteriores a esse período quase como peças históricas.

A dominância de parte da informação tem passado, muitas vezes, por anônimos, desconhecidos e até pessoas que ignoram o que é o próprio Jornalismo, inclusive pautando aqueles meios que, dia após dia, têm de se adaptar e, ao contrário dos seus tempos áureos, são pautados, em vez de pautarem, inclusive por personagens anônimos.

As audiências gigantes e televisores do país ligados em um único programa (às vezes por horas) ou o Brasil parando para ver o final de uma telenovela, como foi o caso de Roque Santeiro (da Rede Globo de Televisão) que, segundo Sérgio Santos (2021), convergiu todos os aparelhos de TV ligados no Brasil para sua final em fevereiro de 1986, são fatos históricos que, não duvidem, nunca mais se repetirão, dado a quantidade de meios atualmente existindo e sua pulverização não só na TV, mas em vários outros tipos de mídias e multimídias, cada vez mais exacerbando o local: geográfico,

representativo, de interesse, de consumo, de empatia, de identificação e até de curiosidade.

Em 2002 me dei de presente um curso de Jornalismo Online em São Paulo (SP), um dos primeiros lugares (por sua grandeza, abundância e multiplicidade de profissionais) a convergir jornalistas de todo o país. Tive a oportunidade de visitar vários meios, além de entrar em contato com muita gente que poucos anos antes apostava em novas modalidades de mediações informacionais. Essas novas maneiras comunicacionais passavam pela Internet. Pouca gente do campo jornalístico tinha o espírito revolucionário de compreender e vivenciar o que aquilo poderia representar.

Naquela viagem, que mudou minha forma de ver e compreender o Jornalismo, assim como a Inteligência Artificial (principalmente a generativa) tem sido agora, foi a oportunidade de visitar a AllTV, que foi uma das primeiras emissoras de TV no Hemisfério Sul a transmitir programação puramente pela e para a Internet. O que hoje é mais que comum, principalmente porque podemos ver qualquer coisa pelos dispositivos, naquela época era um experimento incrível e tido como ousado demais.

Fui recebido pelo então diretor de Jornalismo da emissora, Fernando Lancha (já com forte bagagem por anos de redação em O Estado de São Paulo). Em uma tarde que valeu por vários cursos de Jornalismo, o diretor da AllTV conseguiu desmistificar em mim o fato de quem tem o poder da mediação e como tudo isso é repassado jornalisticamente, inclusive com o poder da Internet e como o consumo e mediação de informações estava mudando.

Desde aquela época que tento fazer o mesmo com meu alunado e agora tento desmistificar em vocês, leitores da

academia, de fora dela e movidos pela curiosidade de aprender.

O diretor, que tinha décadas de experiência em vários meios jornalísticos de sucesso no País, exemplificou que dias antes de minha visita àquela redação, uma facção criminosa que atuava nos presídios de São Paulo (e que hoje, mais de 20 anos depois, é considerada uma das maiores máfias do Mundo) tinha encomendado uma fuga de detentos de um presídio na Grande São Paulo, localizado em uma região periférica da maior cidade do Hemisfério Sul.

Um veículo Volkswagen Fusca foi utilizado para a empreitada criminosa. Dentro dele foram deixadas algumas bananas de dinamite para que o carro, colocado próximo ao muro da unidade prisional, fosse explodido e colapsasse o lugar, dando a oportunidade de detentos ali fugirem e promoverem um ato digno de ficção televisiva.

O artefato terminou explodindo, mas não foi forte o suficiente para avariar a muralha, mas deixou o veículo totalmente em pedaços. Um homem, que residia em um conjunto popular, nas proximidades do presídio, filmou toda a cena com sua Tekpix (a primeira geração de câmeras digitais populares, vendidas a peso de ouro e em suaves prestações na TV que tinham péssima qualidade de imagem, mas que foi a primeira experiência digital para muitos).

Apenas aquele anônimo, que nunca imaginou ser jornalista, conseguiu flagrar aquilo em um dos principais conjuntos de imagem a chamar atenção em todo o ano de 2002, dado o poder de destruição do veículo e a ousadia do ato, até então inédito no estado. A pergunta feita por Fernando Lancha, em uma preciosa reflexão válida em plena contemporaneidade, foi: “recusaríamos aquelas imagens,

enviadas para a gente, mesmo com pouca qualidade e não terem sido feitas por um jornalista?”.

Essas imagens foram exibidas com exclusividade pela AITV. O que naquela época, parecia algo criticável pela qualidade das imagens, hoje, principalmente depois do período pandêmico, é comum em qualquer meio. Não há um único meio jornalístico contemporâneo que não tenha uma pauta ou até imagens e gravações oriundas de pessoas alheias aos ambientes jornalísticos ou feitas por assessorias de comunicação.

Esse fato, que antes era revolucionário em termos jornalísticos, faz parte da horizontalidade da informação e de quem a media. Ou seja, o poder da informação, que antes era de alguns poucos, passou a ser compartilhado via muitos.

Ajudou, e ajuda, a tornar o Jornalismo mais próximo da população, bem como instiga, o que Maria das Graças Targino (2009) chama (e prova) no conceito de Jornalismo Cidadão, que é quando pessoas alheias à formação e a função jornalística ajudam a mediar e muitas vezes alcança resultados muito maiores do que quem faz os meios propriamente ditos.

Principalmente para grupos mais silenciados (muitas vezes historicamente sem fala e possibilidade de serem escutados, inclusive pelos mais próximos) e que não têm uma atenção diária da chamada grande mídia, o Jornalismo Cidadão é um caminho integrativo.

Uma das representações desse tipo de mediação informacional pode ser vista atualmente por parte das rádios comunitárias, das rádios livres, dos perfis de redes sociais de grupos étnicos, das chamadas minorias e dos grupos localizados em regiões periféricas urbanas e camponesas.

1.1.1 – Do início, para poucos, com poucos, evoluindo para os letrados e abastados, chegando até a quase todos. O Jornalismo Cidadão, potencializado pela Internet, começa a ganhar a sensação que está falando para muitos. Será?

Para alguns, considerados mais românticos, os seres humanos, mesmo antes da sedimentação e da historicização da escrita, já tinham a oportunidade de reportar fatos através das pinturas rupestres; algumas delas datadas de milhares de anos. Esses desenhos informativos explicam em uma riqueza de detalhes as crônicas daqueles antepassados em tempos antigos e nos possibilita entender uma série de interfaces culturais e sociais.

São gravuras eternizadas e atualmente visitadas em vários lugares do planeta mostrando o domínio icônico dos fatos que ocorriam entre nossos ancestrais e de povos, muitos deles, já extintos.

A escrita, principalmente por deixar frases e palavras em pergaminhos (que eram feitos inicialmente de couro de animais e cunhados de compostos de tintas extraídos de elementos da natureza em geral) também foi outro momento revolucionário de expansão das mediações, inclusive na própria documentação dos materiais, histórias e atos, pluralizando, com mais tempo e mais sistematização, essas mediações. Ao contrário das pinturas rupestres, que eram únicas em um mesmo lugar, os pergaminhos poderiam ser reproduzidos com as mesmas informações e de iguais maneiras, fazendo com que aquelas mensagens pudessem chegar a um maior número de pessoas que pudessem consumi-los. Lembrando que esse ainda era um privilégio para as poucas pessoas letradas da época.

Nelson Werneck Sodré (1999) destaca que um dos marcos desta mediação por meio escrito, ainda em pergaminhos, foi o jornal *Acta Diurna*, um dos grandes elementos de poder do Império Romano (de 27 a.C. até 476 – em período de mais de cinco séculos), pois conseguia padronizar a distribuição de ordens oriundas da capital romana para os seus territórios conquistados.

Esse jornal, como também destaca Nelson Werneck Sodré (1999), era compartilhado entre os líderes e, principalmente, entre os lugares dominados pelo Império Romano, considerado um dos maiores já existentes no planeta. Decretos, ordens e informes eram compartilhados por esses pergaminhos e faziam parte de uma cadeia logística. Foi um dos primeiros grandes exemplos do poder de difusão de informações, no caso privilegiadas, a que se tem notícia. Antes do *Acta Diurna*, as informações eram repassadas oralmente, via mensageiros, que eram cavaleiros enviados de um lugar para outro para poderem retransmitir as informações.

Igual momento também foi vivido a partir de que os seres humanos passaram a dominar as técnicas de confecção de papel (ou de um espécie de papel advindo de misturas de elementos naturais que faziam um produto semi-maleável, durável e que podia receber escritos ou impressões), possibilitando, em maior escala, a confecção de materiais, inclusive, com o resgate das figuras e também com a possibilidade de trazer em cores diferentes e múltiplas. Era outra evolução dos pergaminhos, porque conseguia ajudar a pluralizar a casa de alguns exemplares para dezenas ou até centenas de cópias.

Cada material, principalmente livros ou folhetos, eram copiados, exemplar por exemplar, inclusive os seus desenhos

e outros tipos de ilustrações. Além de elementos históricos, por sedimentar os fatos, eram verdadeiras obras de arte. Esse fenômeno é bem refletido nos ensinamentos de Walter Benjamin (2018), uma leitura obrigatória para quem quer entender a comunicação enquanto um instrumento massivo e suas respectivas críticas.

Esse tipo de tecnologia de mediação de informações existia principalmente no período medieval (século V ao século XV, ou seja, durante praticamente mil anos). Havia grupos que faziam essas cópias. Geralmente eram ligados à Igreja Católica Apostólica Romana e eram conhecidos por copistas e ficavam em mosteiros da Europa, principalmente a latina e a anglo-saxã. Era de sua responsabilidade o compartilhamento de conhecimento, principalmente escrito e imagético, lembrando-se que era em um tempo em que poucas pessoas sabiam ler. Os fatos eram mais reverberados pela oralidade, promovendo ondas de boatos e histórias incríveis que até a nossa atualidade inspiram a ficção.

Outra grande revolução ocasionada para as mediações informacionais ocorreu a partir do invento da prensa, por Johannes Gutenberg, em 1450, como enfatiza Silvana Gontijo (2004) ao refletir a importância revolucionária desse invento.

A prensa ampliou a capacidade de produção de um mesmo produto, pois confeccionava-se uma espécie de “super-carimbo”, a matriz, que, ao contato com tinta e prensado em papel (daí o nome do invento) reproduzia páginas e diminuía consideravelmente o tempo de produção de um material. Saía-se de uma era da manualidade, passando para uma era de reprodução pré-industrial, promovendo, inclusive, a possibilidade das mesmas cópias serem iguais.

Nelson Werneck Sodré (1999) diz que as expansões comerciais, principalmente as marítimas, entre os séculos XV e XVIII, interligando pontos do planeta ainda desconhecidos (por exemplo, entre a Europa e as Américas e também a parte da Oceania e da Ásia), terminaram por instigar a necessidade de maior circulação de informações, nascendo, principalmente em território europeu, os jornais em um padrão mais parecido como conhecemos na atualidade. Nasceram ali, principalmente em Veneza (na Itália), principal porto mundial daquela época, as gazetas. Esse nome, ainda muito utilizado na atualidade para denominar alguns jornais impressos, era chamado assim porque gazeta era a unidade monetária (em moedas de metal) que equivaliam ao preço de um daqueles jornais. Em um primeiro momento circulavam notícias econômicas, passando, tempos depois a também abarcar fatos literários. Devido pouca gente ler, terminavam sendo o elo de quem queria veicular informações, para a parte letrada que terminava retransmitindo de maneira oral, mas, chegava-se, via um veículo de comunicação a hegemonia da influência sobre outras pessoas, representando o poder por meio de um meio comunicacional.

O Jornalismo sempre esteve ligado a duas grandes áreas: ao poder e a economia, sendo que, muitas vezes, as duas terminavam por se confundir e instigar membros nos mesmos lugares e sistemas.

Muito do que ocorre contemporaneamente também segue esse mesmo caminho e os meios de comunicação são usados como trampolim para a permanência no poderio.

É fato que, com as expansões comerciais, principalmente marítimas, o mundo precisou estar mais informado, notadamente sobre quem mediava essas

informações. Pois, compreender de maneira mais rápida sobre fenômenos climáticos, insurgências políticas, eleições, quedas de monarcas e combatentes, credibilidade e expansão dos mercados em que se comprava ou vendia, eram pontos básicos da informação.

Por isso podemos dizer que foram essas expansões comerciais que, assim como faziam circular mercadorias, uma delas era a informação, como já bem refletia Cremilda Medina (1988), ao tratar sobre a historicidade e a própria natureza da notícia, principalmente após as revoluções comerciais do período pós-medieval.

Mas, de todos os pontos e evoluções do próprio Jornalismo, o local sempre esteve presente, mesmo em uma perspectiva para a comunitarização, a localização, a regionalização, a nacionalização ou a mundialização.

Mas é no local e no comunitário, seja de maneira física ou virtual, em que as relações e mediações ocorrem com mais ênfase, pois nascem dali e terminam sendo regionalizadas, nacionalizadas e, dependendo do caso, até mundializadas. Antes da Internet, demorava-se mais tempo para que isso ocorresse.

Claro que, no mundo conectado e globalizado (o que vivemos contemporaneamente), principalmente para quem tem oportunidade de meios para tal, também vivemos a perspectiva da glocalização, que é a localização em espelho para o mundo.

A própria glocalização, já instigada em tempos de conexões planetárias a partir deste século XXI, principalmente após o advento e início de massividade da Internet, nos instiga e nos leva para a necessidade de um essencial debate sobre o Jornalismo e suas interfaces com a Internet. Já que é

a Rede Mundial de Computadores a responsável por criar esses novos espaços. Atualmente, nesta terceira década do século XXI, com um clique e uma conexão pela Internet, temos a oportunidade de conhecer várias versões, de vários lugares, inclusive com conteúdo bem múltiplo e até em línguas que não dominamos, mas existem sistemas que permitem as traduções simultâneas e o acesso. São pontos, como os destacados no decorrer deste sub-capítulo, que potencializam o que Graça Targino (2009) reflete como destaques para o Jornalismo Cidadão.

Outro fenômeno também é o de determinados grupos sociais consumirem produtos, inclusive midiáticos, muito mais de seus locais de origem que nos locais que emigraram. Exemplo disso são as emissoras latinas que fazem muito sucesso nos Estados Unidos e têm programação em espanhol ou então das emissoras de rádio dedicadas a imensidão de nordestinos no eixo Rio de Janeiro – São Paulo, falando o nordestinês para nordestinos, mas que estão no Sudeste, muitas vezes já a algumas gerações.

Será que a Internet ajuda ou prejudica o Jornalismo?

Este é um questionamento constante e mais que evidente.

A Internet não tem muito de consonância com o Jornalismo?

A Internet torna a sociedade mais informada?

Ela torna nosso dia a dia e nossas relações mais inclusivas?

Ela instiga mais participação no processo?

Ou instiga tudo isso para um mundo alienante?

Ou as conexões virtuais nos desconectam cada vez mais e em mais velocidade?

1.2 – Um debate bem essencial sobre o Jornalismo, suas interfaces e o que é feito na Internet

Não sei se foi destino, sorte, azar, iluminação ou provação (ou até tudo isso junto – e misturado), mas tive a oportunidade, enquanto estudante de Jornalismo (entre o final do século passado e início deste século); enquanto jornalista profissional (desde quando adentrei a universidade até a segunda década deste século); e na docência (em praticamente duas décadas e meia) em vivenciar desde a interface mais analógica, passando para a parte mais tecnológica e digital da área, inclusive com as questões de Inteligência Artificial. Foram oportunidades incríveis de acompanhar, na prática, essas mudanças de eras e as transformações mais rápidas já vistas e sentidas na História do Jornalismo, principalmente porque a cada ano que passa temos a sensação da evolução de décadas do Jornalismo, em virtudes e também em defeitos e polêmicas.

Comecei no final do século XX, principalmente a partir de 1997, a entender e a vivenciar o que é o Jornalismo e a importância de estar cara a cara com os fatos e seus respectivos sujeitos, sendo praticamente impossível se fazer um bom material sem poder aprofundar-se sobre ele.

Não caímos em ingenuidade em achar que só o fato de estar perto não vai garantir uma boa matéria, mas, geralmente uma boa matéria é feita quem está perto dos fatos, sentindo-os e vivenciando-os.

E até hoje, passados quase três décadas desde quando fiz minha primeira apuração jornalística, defendo que o bom jornalista é aquele que está perto dos fatos e os apura com muita atenção e compromisso.

Tive a oportunidade de experimentar, quase sempre de maneira presencial¹, muitas das transformações do totalmente palpável para o totalmente digital.

Lembro muito de um conselho, que levo para a vida toda e tento repassar para meu alunado, de que a matéria que você está fazendo, por mais simples que seja, deve ser sempre encarada como a melhor de sua vida. Esse conselho foi dado pelo então editor setorial do jornal impresso em que eu trabalhava, José Américo Abreu, hoje meu colega de docência de Jornalismo na Universidade Estadual do Piauí.

Pude compreender, e muito, o poder do que é descrever um fato estando ali, entendendo quem estava por trás, entrevistando ao vivo e também podendo sentir, inclusive (e literalmente) o cheiro da notícia.

Ricardo Noblat (2004) já nos dizia que um bom jornalista é aquele que tem paciência e que entende todas as interfaces dos fatos, que não tem preguiça de buscar a informação e que tem vontade de agir.

Outro fato que elenco com muito orgulho, e também é fator de sorte, foi ter feito parte da primeira equipe de webjornalistas primitivos do Piauí (meu estado de nascimento, de formação e de boa parte de atuação profissional e acadêmica), também tive a oportunidade de fazer as mais diferentes, loucas, algumas frutíferas (outras nem tanto) experiências sobre o que acreditávamos e estudávamos sobre o Jornalismo mediado em plataformas digitais. Era preciso explorar a Internet, e muito, mesmo a maioria das pessoas (inclusive dos jornalistas) não acreditando nesse poder e em suas respectivas interfaces, que hoje são extremamente

¹ Na nossa época de redação (entre os anos 1990, 2000 e 2010 – durante mais de 20 anos seguidamente) era praticamente uma obrigação nas empresas que a gente trabalhava.

sedimentadas. Era um tempo de empiria. Era um verdadeiro laboratório de experimentações sobre as mediações nessa forma de convergir as mídias antes separadas e praticamente com públicos distintos.

Fazíamos aquilo, mesmo com pouca estrutura, mas com muito amor, mas tínhamos algo que o mercado continua buscando hoje, olhos brilhantes e vontades de fazer. Se erramos não foi por covardia ou por não termos tentado, mas por agirmos. Um dos fatos transformadores foram aquelas experiências no curso feito em São Paulo e nas experiências na AllTV².

Mal sabíamos que duas décadas depois estaríamos debatendo e vivenciando uma segunda revolução das notícias por meio de uma nova interface do Mundo da Internet: a da Inteligência Artificial generativa.

Eu, e as pessoas que vivenciaram aquilo (sendo mediadores de informação ou então consumindo-as), tivemos a sorte de compreender o que é uma diagramação manual, uma revelação de um filme fotográfico e suas respectivas ampliações e agruras entre cada uma das cores básicas; entender os perrengues do pouco espaço de um disquete e até esperar o lançamento de uma fita K7, um CD, um DVD e até frequentar vídeo-locadoras (que locavam, principalmente, fitas VHS e, tempos depois, DVDs), hábitos que, nesta terceira década do século XXI, mais parecem relatos para uma escrita museológica e memorativa.

Sou do tempo em que utilizávamos máquinas de escrever e que, para isso, precisávamos fazer os “pré-

² Como foi destacado no Item 1.1 (*O Jornalismo nasce da necessidade de mediações (muito) além do local. Lições para o contemporâneo e primeiras provocações sobre o aprender com os erros para tentar acertar mais*).

históricos” cursos de datilografia (tenho até diploma!) e, tempos depois (já experimentando modernismo), fazer os caros (e então desafiadores) cursos de digitação e do entendimento de sistemas operacionais computacionais básicos, para podermos ter acesso a uma máquina que pudesse eternizar as histórias que apurávamos. Havia escolas exclusivas para ensinar informática.

Ali, naqueles cursos e momentos, tínhamos os primeiros contatos com os computadores (hoje, presentes de uma maneira muito menor e mais ágil, com muito mais conexão, na maioria das casas dos brasileiros por meio de *smarthphones*). Aparelhos de computação eram apenas grandes tubos com telas que eram fixados em lugares estáticos. Eram pesados e lentos. Passar uma imagem demorava até minutos e, se fosse de alta qualidade, até quase uma hora (dependendo da conexão – e olha, quando achávamos uma).

O barulho de uma impressora matricial e seu quase infundável tempo para deixar pronto, em preto e branco, uma simples página, hoje dá lugar às telas *touch screen* (sensíveis ao toque) e praticamente a aposentadoria de termos mais impressos em mãos.

Contemporaneamente, tudo é via telas, em arquivos digitais, muitos em formatos mais que conhecidos.

Vai um *.pdf*, um *.doc*, um *.jpg* aí?

Aprendi, na prática, a revelar um filme e amplia-lo, pois, em vários momentos, principalmente jornalísticos, precisávamos correr ao laboratório para poder revelar e ampliar uma fotografia, já que as empresas que faziam esse tipo de serviço só funcionavam em dias e horários úteis. E, como todos bem sabemos, a notícia não tem hora para acontecer. Hoje, mandamos em segundos, dezenas de fotos,

feitas ou em uma máquina digital (quase ninguém nem mais utiliza) ou feita (quase sempre) por um *smartphone* com excelente qualidade e enviada, via Internet, por dispositivos de conversação.

Vida longa a quem inventou o *Whatsapp*! E, principalmente, a quem o popularizou!

Experimentar a primeira cobertura no interior do estado, a 310 quilômetros da sede do jornal (em plena região do Sertão) e passar quase uma hora para enviar apenas duas imagens digitais (via sistema de Internet discada), mas que representaram, a época uma revolução sem precedentes (por conta do ineditismo) e também a escrever um texto em um computador (longe da redação – em outra cidade), imprimi-lo, mandar pelo fax (outro aparelho que poucos ainda sabem o que é) eram sensações superinteressantes, hoje dirimidas pelo simples ato de enviar o áudio, transcrevendo-o automaticamente para texto por meio de um sistema de Inteligência Artificial.

São sensações muito diferentes e separadas por pouco mais de duas décadas.

Atualmente não temos muitas horas para preparar uma matéria, para apura-la, a ideia de que a notícia não pode esperar para ser veiculada é de uma ingenuidade incrível.

A Internet revoluciona as práticas das mediações e como essas mediações são feitas.

Se pudermos explicar em uma única, e simples, maneira, oportunizamos dizer que a Internet ajuda a horizontalizar os processos informacionais, possibilitando, por meio da participação dos usuários, uma maior inclusividade, dando o poder de mais vozes e também quebra o ponto passivo de aceitação total do que é emitido.

1.2.1 – A Internet em si e a grande revolução só comparada com a popularização da Inteligência Artificial em nossa década. Um (será?) tão maravilhoso mundo novo?

A Rede Mundial de Computadores, como também é conhecida a Internet, não nasceu para um fim jornalístico e muito menos com uma função social, como muita gente imagina atualmente.

Ela tem origem no final da década de 1960, como destaca Manuel Castells (2003), como uma rede para fins militares (de defesa) dos Estados Unidos. Eles travaram com a finada União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) a chamada Guerra Fria, principalmente entre o período de março de 1947 e de dezembro de 1991, tornando o planeta praticamente dividido sob a influência dessas duas grandes potências bélicas. De um lado, os Estados Unidos, mais capitalista e defendendo as liberdades econômicas e o mercado em si e as agruras do capitalismo. Do outro lado, a União Soviética, socialista e defendendo o estado e a igualdade entre seus membros e as agruras do socialismo e, em alguns casos, inspirando perspectivas do comunismo. Países como Alemanha, Vietnã e Coreia, terminaram se separando e tendo lados opostos, cada um à luz de uma ideologia (ou estadunidense ou soviética). Até esta terceira década do século XXI, por exemplo, a Coreia não se reunificou e, oficialmente, apesar do estado de paz, ainda tem uma guerra em andamento entre a parte norte-coreana (fechada, mais socialista e de pouquíssimos amigos e aliados) com a parte sul-coreana (capitalista, globalizada e aliada de potências tidas como mais democráticas). No caso do Vietnã e da Alemanha, o lado capitalista abarcou o lado socialista.

Com a iminência de um conflito nuclear, em plena Guerra Fria, que parecia antever o Apocalipse bíblico, antevisto pelas bombas nucleares lançadas no Japão em 06 e 09 de agosto de 1945, era preciso criar um conjunto de redes que pudessem continuar se comunicando mesmo que um dos elos fosse rompido. Previam-se ataques nucleares, principalmente porque ambos os lados fabricavam cada vez mais artefatos do tipo. Aquelas redes precisavam, mesmo sob um ataque nuclear (capaz de colocar a pó cidades inteiras, como foi provado pelos próprios Estados Unidos nos bombardeios ao Japão), continuarem tendo poder comunicacional.

De uma maneira genial, e já entendendo o potencial das redes comunicacionais, o governo estadunidense espalhou essa rede por vários lugares do planeta, interligando vários pontos, sendo que se uma parte fosse danificada, a outra suplantaria, dado sua interconexão.

Com o fim da Guerra Fria, sacramentado no início da década de 1990, devido a dissolução do sonho soviético de um mundo comunista/socialista e do declínio da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas, que deu lugar a quase duas dezenas de países (muitos deles já vivenciando clima altamente ocidentalizado) a Internet, antes bélica e de controle militar, passou a ficar a cargo de instituições de pesquisa, notadamente acadêmicas, que começaram a socializar ideias e a criar mais redes pelas redes.

Talvez, em termos de colaboração, mesmo ainda sendo para um público seletivo (pesquisadores de graduação, pós-graduação e de instituições conectadas), a Internet vivenciou a sua maior expansão e era puramente científica e de parcerias em prol do conhecimento.

O sucesso, inclusive socializante da ferramenta, começou a ser disponibilizado, no final da década de 1990 para o público não universitário, sendo acrescentado dois grandes itens àquela rede que até hoje, com suas respectivas subdivisões, são sucesso de expansão e consumo, a informação e o entretenimento, potencializados pela criação de novas interfaces, um deles os correios eletrônicos (os e-mails) e também sites com interface gráfica proporcionando fotografias e vídeos, além dos hiperlinks.

A Internet interligou pessoas de cantos até então que só poderiam se comunicar de maneira instantânea por meio fonado, possibilitou a popularização dos correios eletrônicos (quem hoje ainda manda carta?), ampliou o webjornalismo, que era a maneira de se noticiar fatos por meio de páginas (os sites) e de trazer outras páginas (os links), com a possibilidade de múltiplos meios (texto, som, imagem – estática e dinâmica – em um só lugar), instigou as mensagens instantâneas (via chats) e impulsionou a circulação de informações e de novos atores no processo.

Se na década de 1980 as principais informações do Brasil e do Mundo eram mediadas por um punhado de menos de dez emissoras de televisão, menos de dez revistas de circulação nacional (tínhamos quatro de informações gerais e de circulação semanal que circulavam a partir dos domingos, mas com datas das quartas-feiras posteriores), menos de duas dezenas de emissoras de rádio nacional e de outro punhado de jornais impressos de circulação nas principais cidades e quase sua totalidade sediado ou no Rio de Janeiro ou em São Paulo, a Internet juntou tudo isso e, em poucos cliques e em sua capacidade multimidiática em ter texto, fotografia, vídeo e som em um mesmo lugar, não só

impulsionou aqueles meios, mas outros meios próprios que foram surgindo pela atuação de jornalistas e pessoas do entretenimento (os *bloggers* e *vloggers*, em um primeiro momento e depois, os famosos *youtubers* e seus congêneres; mais contemporâneos, *instragramers* e *tiktokers* e os *snapchatters* – que nem praticamente existem mais – e *kwayers* e *twitteiros*, ou *Xers*).

Ou seja, criou-se um novo ator no processo da mediação, muitas vezes sem serem, ou não quererem ser, jornalistas.

Muitos desses, sequer imaginavam ser produtores de conteúdo, termo, aliás, que preferimos usar ao infame *influencer*.

Claro que muitos, tanto daquela época de explosão do consumo da Internet, como neste período de forte presença da Inteligência Artificial, têm o poder de influenciar tendências e fatos, mas não podemos dizer que todos o fazem e têm esse poder.

O certo é que, independente da discussão e debate se esses novos atores realmente influenciam ou não (dá só um livro sobre isso, quem sabe não escrevo depois deste?) é que esses atores são utilizados e importantes com elos nos processos comunicacionais atuais.

Agora imagina só todo esse potencial de mediação, de público, principalmente porque esses atores midiáticos são fortes em bolhas (nichos: culturais, políticos, de entretenimento e até de informação), nunca antes representadas por linguagens e estilos próprios, utilizando a outra grande revolução que é a Inteligência Artificial?

Aí está outro ponto a prestarmos atenção e, principalmente, notarmos que a Internet nesta terceira década

do século XXI, apesar de sua importância, é um caminho para um rumo ainda mais desafiador, tanto para quem faz entretenimento, grande número e público da Internet, bem como para quem faz Jornalismo, tido como a parte mais importante (ao menos para alguns) no sentido de mediar informações.

A Inteligência Artificial usa desses mecanismos para, principalmente, poder angariar mais públicos, o que é extremamente normal no mundo do consumo e na sociedade capitalista, criando-se públicos e demandas, principalmente para os produtos e sistemas que são disponibilizados pelas empresas que acreditam e apostam na tendência.

Assim como os pergaminhos, depois os produtos feitos nas prensas, bem como as informações circundantes via telégrafo, depois pelo telefone e mais tarde pela Internet, a Inteligência Artificial dá outro status a esses processos comunicacionais.

Nos cabe (e é mais que premente) debater sobre os pontos positivos e não tão positivos dessas interfaces, mas sempre ter a noção de que, com ou sem nossas críticas e elogios, é um caminho que já faz parte da vida de muita gente, mesmo que muitos ainda tenham vergonha de reconhecer ou dizerem que o ato de utilizar um sistema de I.A. é tão comum quanto acessar o *WhatsApp*, enviar um e-mail ou ver uma rede social.

É sobre isso que vamos falar a partir de agora, já iniciando as provas do quanto esse tipo de tecnologia pode começar a mudar a sociedade a forma de como é feito e, principalmente, consumido o Jornalismo.

Se tudo isso realmente vai transformar as mediações? É o que veremos.

1.3 – Quando a Inteligência Artificial é potencializada para mediar e instigar o Jornalismo

Falaremos, de maneira breve³, sobre como a I.A. se enraíza no Jornalismo e é um instrumento que angaria muitas: críticas, rejeições, antipatias e ojerizas; bem como também têm recebido muita atenção, elogios e, em alguns casos, uma incorporação ao trabalho diário das mediações informacionais, ou seja, sendo cada vez mais instrumento prático da área e em um crescimento exponencial, mesmo tudo isso não sendo admitido por parte dos jornalistas.

Nos capítulos seguintes, avançando os conhecimentos, teremos a possibilidade de maior prova e reflexão sobre essas perspectivas da Inteligência Artificial, principalmente entendendo a historicidade, os avanços e o poderio dela e as modificações práticas no Jornalismo. Mostraremos ainda exemplos de algumas ferramentas, atualmente muito utilizadas por jornalistas, principalmente nas mediações de produtos veiculados pela Internet e que refletem em outros meios de comunicação, destacando sobre pontos positivos e não tão positivos nesses processos.

É fato, e não podemos entrar na pureza e muito menos na ingenuidade, de que o Jornalismo é uma função puramente social sem nenhuma disciplinaridade, interdisciplinaridade e multidisciplinaridade, inclusive já falamos sobre sua natureza e perspectivas. Pelo contrário, o Jornalismo, enquanto Ciência Social Aplicada (sim, o Jornalismo não de Ciências Humanas, como muitos fazem crer nas universidades e às vezes

³ Durante todas as outras partes do livro essa perspectiva será resgatada, sempre trazendo avanços em cada um dos tópicos e subtópicos (neste e nos capítulos e sub-capítulos seguintes).

apregoa aos quatro cantos, inclusive erroneamente, confundindo seus objetos e ações científicas) tem toda uma base social, balizado nas sociedades, comunidades e grupos. Sejam eles, já tratando em questões contemporâneas, territoriais ou nas espacialidades elencadas pela Internet.

Avança-se principalmente no entendimento e reflexões sociológicos de Émile Durkheim (2012; 2016) em que as mediações informacionais, assim como os outros atores sociais, também ajudam a vivenciar e a manter a sociedade em funcionamento, sendo que cada organismo tem um papel crucial, e necessário, no processo. Esse organismo evolui, tem novas, mesmo polêmicas, formas de fazer acontecer. A Inteligência Artificial terminará sendo instrumento de organização e será internalizada pela sociedade.

É salutar lembrar que há uma série de outras perspectivas para se entender a Comunicação e o Jornalismo, tanto em suas questões críticas (de base mais filosófica e crítica), culturológicas (de base mais identitária e de questões relacionadas às culturas), dialógica (de base mais pedagógica, buscando mais o ser) e tecnológica (de base mais sociológica e funcionalista; inclusive sendo uma das perspectivas de prova utilizada por este livro).

Precisamos entender que, assim como a máquina de prensa foi fundamental no século XV para fazer mais livros e jornais a chegarem em lugares que antes não adentravam e a públicos que começavam a dominar a leitura, bem como o que foi potencializado pelo telégrafo, no século XIX, levando informações a centenas de quilômetros de distância em poucos minutos, passando pelas benesses da potencialização da energia elétrica, também do século XIX, com seus eletrônicos e também com o poderio do que é emitido pelo

rádio, potencializado no início do século XX, e do poder mágico de uma televisão, a partir da segunda metade do século XX, os dispositivos computacionais, instigados e estimulados pela Internet, na transição entre os séculos XX e XXI, também têm sido revolucionários, cada um diminuindo consideravelmente o tempo em que uma informação chega ao lugar de consumo da mesma, seja nos mais distantes rincões do planeta, bem como no fato de atrair mais públicos. Pois quando são lançados têm preços exorbitantes e elitistas, mas, no decorrer de que vão sendo produzidos e gerando muitos lucros para as empresas que os inventam e lançam, terminam sendo popularizados. Claro que essa popularização, infelizmente, não significa universalização.

Assim como o computador substituiu as máquinas de escrever e as calculadoras manuais (só para citar algumas de suas funções) atualmente estão digitalizadas, proporcionando, em segundos cálculos que antes demoravam dias, a Inteligência Artificial vem para potencializar e modernizar, por exemplo, os sistemas de buscas já tão utilizadas e de grande familiaridade às pessoas que têm a possibilidade de estarem conectadas.

Novamente, antes que venha aparecer alguém criticando que esse tipo de invento e sistema não é coletivo, muito menos é igualitário (o que dou razão) um dos debates deste livro também é mostrar as potencialidades e, principalmente, como, nas organicidades e veiculações jornalísticas a I.A. vêm sendo transformadoras e presentes.

Atualmente, nesta terceira década do século XXI, é impossível não nos atentarmos ao poderio e mundo de informações presentes e prementes em dispositivos computacionais (computadores em si, celulares, tablets e os

essencialíssimos *smartphones* – talvez os aparelhos mais modais e mais internalizados na vida contemporânea em termos de informação), pois os mesmos nos levam a caminhos que, há cem anos, demoraria uma vida (literalmente) e que hoje temos em poucos segundos (ou até menos tempo) caso estejamos em conexão pela Internet.

Vários conteúdos que hoje são vistos e chegam aos milhares em nossas telas (dá uma *googlada* aí!) demorariam décadas para a geração de nossos avós e bisavôs. Muitos dos conteúdos científicos, sociais e até jornalísticos, que hoje temos em uma simples busca é o mesmo que gerações anteriores teriam em consumo de produtos analógicos durante todo o tempo em que viveram.

Mário Rosa (2006), (ou seja) há quase duas décadas, já destacava que a cada dois anos a quantidade de informações disponíveis é dobrada e, por exemplo, uma pessoa que nasceu no ano de 2000, terá a oportunidade de acessar mais de duas mil vezes a quantidade de informações de uma pessoa que nasceu uma geração antes (ou seja, em 1980).

Segundo o WorldoMeter (2024), em apenas um dia, praticamente quase 400.000 jornais (impressos ou eletrônicos) circulam; mais de meio milhão de televisores são vendidos; mais de 5.000.000 de celulares e praticamente um habitante do planeta (independente da idade) fazem ao menos um acesso à Internet; e mais de 300.000.000.000 itens são pesquisados. Ufa! Quanta informação!

Mário Rosa (2006) já chamava atenção para a multimidiatização dos aparelhos e a convergência de funções em um único lugar. Não temos mais só um telefone que faz ligações, mas um aparelho que é desde nosso sistema de envio de mensagens (com texto, foto, vídeo e áudio), bem

como nosso banco, nosso monitor de passos, nosso controlador de ciclo menstrual, nosso lugar para leituras de frases motivacionais, nosso console portátil para jogos (só não aconselho do *Tigrinho!*) e uma série quase infindável de possibilidades desde que a memória e a capacidade de armazenamento do aparelho consigam suportar.

Tudo isso é uma prova do que, ainda no século XX, Marshall McLuhan (2012) já dizia que os meios de comunicação seriam extensões de nossos corpos. Ou seja, que fariam parte de todas as nossas rotinas e representariam todas as nossas vontades.

Pergunta para sua Siri ou para sua Alexa! Alguém duvida de tudo isso quando falamos sobre *smartphones*?

Ou então adentramos sobre as questões da Internet das Coisas⁴? Mas, será que receber tamanha quantidade de informações, significa, realmente, estar e ser mais bem informado?

Estar mais conectado significa poder desfrutar melhor as benesses tecnológicas e domina-las? Compreender, a fundo os potenciais da Inteligência Artificial garantirá que serei uma pessoa melhor ou um melhor profissional? Uma das explicações e provocações está no próprio Jornalismo. Para isso, sempre nos é feita uma pergunta, tanto em ambientes fora, como dentro, da universidade: o Jornalismo ainda tem razão de ser e existir depois de tudo isso?

Com tantas conexões e com tanta informação disponível ainda precisamos do Jornalismo?

⁴ É a interconexão de máquinas e objetos do cotidiano com nossas conexões. Exemplos são os assistentes virtuais, cada vez mais presentes em nossas residências e em nossos trabalhos, bem como o próprio controle a distância de objetos, como, por exemplo, das máquinas de lavar, das geladeiras, dos televisores e também das câmeras de vigilância.

Por ser feito por humanos, com sensibilidade, a notícia, notadamente quando é envolta aos métodos de outrora no sentido de sensibilidade, do estar próximo, do compreender e colocar-se no lugar do outro, ao menos daqui uns tempos, ainda não será substituída pela Inteligência Artificial.

O problema, de muitos, é que ao tentar concorrer com o potencial das máquinas, que fazem cálculos precisos, que têm o poder de dar o rumo de melhor respostas entre milhões de possibilidades e ainda não têm boleto para pagar e muito menos de pegar filho ou sobrinho na escola e nem enfrentar fila de supermercado (além de se estressar com os preços caríssimos), termina sendo uma concorrência naturalmente desleal em termos quantitativos.

Então, um ponto-chave é: não nos deixar viciar e, muito menos, nos tornarmos dependentes da Inteligência Artificial, mas a tendo como ferramenta (meio), não como finalidade. Em termos ferramentais, de ser caminho para que possamos ter mais, e melhores respostas, notadamente em perspectivas de avanços e transformações, já que as conexões, concorde-se, goste-se, ou não, são fatos presentes e prementes em nossas cotidianidades.

Depois dessas exposições, provoca-se: afinal, o Jornalismo ainda tem razão de ser e existir depois de tudo isso? Avancemos nos debates. Mas antes disso, entremos a fundo para conhecer mais um pouco sobre o que é mesmo esse negócio de Inteligência Artificial.



Muita gente acha que a temática sobre Inteligência Artificial é uma novidade advinda deste século XXI, surgida a partir do ano de 2020, e que o ChatGPT, via empresa estadunidense OpenAI, inaugurou e popularizou essa tendência. Isso é dado principalmente porque a temática sobre uma melhoria das Inteligências Artificiais, chamadas de generativas, impulsionaram novas maneiras de se utilizar os mecanismos virtuais, inclusive os advindos da Internet.

É fato que o ChatGPT, por enquanto o mais famoso sistema de I.A. generativa, e outros mecanismos do tipo (muitos trazidos e refletidos neste livro), impulsionaram e popularizaram o uso de sistemas que dão a sensação de aprendizado.

Ou seja, toda vez que você utiliza o sistema ele traz a possibilidade de respostas diferentes e sempre melhoradas, inclusive aprendendo a evoluir não só na parte textual, mas também na melhoria de áudios, vídeos e outras demandas multimidiáticas. Desde o primeiro semestre de 2024 trouxeram novas sistemáticas apresentando com um único clique textual a feitura de imagens dinâmicas.

Qual o limite do poder das inteligências artificiais? E para onde elas nos levarão? Difícil de dizer! Pois se teve um problema bem sério na escrita deste livro é que toda semana é lançado uma novidade e uma nova forma advinda dos aprendizados de máquina e foi bem complicado de sistematizar cada uma dessas novidades, mostrando o quanto a temática em questão é dinâmica. O que já adiantamos é: precisamos falar sobre tudo isso, mais e mais.

As I.As. já existem desde a primeira parte do século XX e têm quase um século de proposição, sendo cruciais em vários momentos históricos, inclusive quando eram dados os primeiros passos práticos do Mundo da Computação. Aliás, o primeiro computador que se tem notícia, o Bombe, foi criado como instrumento de uma inteligência artificial para ajudar no processamento de informações humanas.

O ser humano, desde o período do Iluminismo (que tem sedimentação a partir do século XVIII), tenta impulsionar atitudes que o centralizem e o tenham com mais pensante. Nesse período histórico o humano passa a ter mais centralidade que o divino (ou começou a achar que tinha, principalmente afastando-se e até negando as questões teológicas), tem levado a um salto e expansão de modernizações, ações e até a própria negativa do que, por séculos, foi o centro do universo; viu e se sentiu instigado em sempre poder entender e reproduzir o pensamento de outras pessoas. Entra em cena o antropocentrismo em lugar do teocentrismo, ou seja, o ser humano está no centro, ou quer estar, por isso tenta inventar e se superar a cada dia.

Uma das ambições antropocêntricas, desde o período Iluminista, é conhecer, não só a mente dos seres humanos e seus processos, mas reproduzi-la através de máquinas e

potencializar seus pensamentos. Antes, a mente, com pensamentos e crenças eram atribuídas a uma dádiva de divindades (sejam elas monoteístas ou politeístas, a depender do lugar de criação e da cultura vivida por seus crentes).

Peter Norving e Stuart Russel (2013), bem refletem que, por milhares de anos é do ser humano tentar compreender como pensamos, entender como um simples punhado de matéria percebe, compreende, prevê e manipula um mundo maior e mais complicado do que o próprio ser humano. Os mesmos autores ainda destacam que um dos objetivos da Inteligência Artificial é ir mais longe, não tentando somente compreender, mas também atuar na construção e entidades inteligentes, ou seja, os dispositivos que possam mediar isso em consonância com os humanos.

Amanda Lemos (2023) destaca que desde a Grécia Antiga (antes de Cristo) os pensadores daquela região já agiam em confabular sobre criaturas que emulassem capacidades humanas com a criação de seres artificiais por artesãos; inclusive, na própria mitologia grega, há o deus do fogo e da metalurgia, Hefesto, que teria criado autômatos de metal para ajudá-lo em suas tarefas. Esse mesmo pensamento foi reverberado em termos literários em várias culturas temporalmente posteriores, mas só começou a ganhar seus primeiros tons de materialização no século XX (centenas de anos depois dos primeiros pensares) e suas provas cabais neste século XXI.

Flávia Oliveira (2024) diz também que Aristóteles⁵ já tinha desenvolvido um sistema informacional de silogismos

⁵ (384 a.C. – 322 a.C). Todos os personagens históricos deste capítulo terão suas datas de nascimento e falecimento trazidas. Quando o personagem estiver vivo (ao menos até o início do segundo semestre de 2024 (em que

(argumentação lógica) para raciocínio, por meio de premissas, gerando uma série de conclusões. Atribui-se a Leonardo da Vinci⁶ a criação de uma calculadora mecânica que inspirou o conceito inicial de automação computacional.

Nos anos 1870, no romance *Erewhon*, de Samuel Butler (1970), o autor faz uma metáfora sobre que em um ponto do futuro (não especulando quando) as máquinas teriam potencial de terem consciência. Na literatura, foi o primeiro registro sobre o que, 120 anos depois, tornou-se a Inteligência Artificial profunda (termo que será explicado mais adiante).

Já no século XX, em 1921, o dramaturgo tcheco Karel Čapek, lança a peça *Rossumovi univerzální roboti* (traduzindo para o português: Robôs Universais de Rossum), que tratava sobre pessoas artificiais que trabalhavam em uma fábrica do interior da então Tchecoslováquia. Foi a primeira vez que apareceu na história a palavra robô.

Em termos de cinema, o primeiro filme sobre uma temática humanoide, em 1927, representando os seres humanos, balizados em uma inteligência diferencial, foi o alemão *Metropolis*, dirigido pelo austríaco Fritz Lang, retratando uma mulher robô dotada de Inteligência Artificial, que termina por atacar a cidade de Berlim, capital alemã.

Tirando as experiências ficcionais, abundantes em livros e atualmente, em séries dos sistemas de streaming (cada vez mais populares e consumidos via conexões pela Internet), o pensamento sobre a possibilidade de predição de dados existe antes mesmo da invenção e consolidação das primeiras máquinas informáticas. Essa tem sido uma busca constante e mais próxima devido aos sistemas de Inteligência Artificial que

esta edição do livro foi escrito, apresenta-se apenas a data de nascimento dos mesmos)

⁶ (1452 – 1519).

revolucionam e ampliam, não só em temporalidade, mas a eficácia dessa proximidade.

Não foram os literatos, nem os cineastas e nem os filósofos, mas sim os matemáticos que inauguraram e começaram a provar que era possível, primeiro por meio de cálculos e depois por meio do processamento de máquinas (inicialmente analógicas e depois, digitais), chegar perto ao poderio do corpo humano no processamento de informações.

O termo Inteligência Artificial, como o conhecemos em português, é uma tradução da terminologia em inglês *Artificial Intelligence* e sua abreviatura A.I.). Por isso, também em português, abreviamos para I.A. Então, não só neste livro, mas também em outros materiais, quando vir o termo A.I. ou I.A. refere-se à Inteligência Artificial.

No mundo das Ciências e das práticas da Informática e do processamento de dados, as abreviações são muito utilizadas, talvez pela própria velocidade dos dados e pelo espírito cartesiano e rápido da área. John McCarthy (2007) diz que a I.A. é a ciência da criação de máquinas inteligentes. Enquanto que Nils Nilsson (2009) é mais enfático em destacar que por ser um conjunto de técnicas de construção de máquinas inteligentes, as I.As. são capazes de resolver problemas que hajam a requisição de inteligência humana.

Por mais que seja modal na contemporaneidade falarmos e tratarmos sobre I.A. e suas consequências, inclusive jornalísticas é interessante saber que a Inteligência Artificial não é algo do século XXI, mas que vem ganhando forma, pensamento e proposições desde a primeira metade do século XX.

Como tudo isso começou e quem foram seus primeiros expoentes?

2.1 – De Marian Rejewski a Alan Turing, o início e as experimentações em I.A. O pressuposto de John McCarthy, Marvin Minsky, Alan Newell e Herbert Simon e a consolidação da Inteligência Artificial

Talvez o maior nome do início do que se chama Inteligência Artificial seja o matemático, cientista da computação, lógico, criptoanalista, biólogo teórico e filósofo inglês Alan Mathison Turing⁷.

Quase todos os sistemas de busca virtuais, inclusive nas próprias Inteligências Artificiais contemporâneas, colocam Alan Turing como um dos pais da I.A. Por questão de justiça, ele foi o líder, mas foi uma equipe, chefiada pelo mesmo, mas composta por centenas de pessoas, inclusive muitas mulheres, que fizeram, conjuntamente, esses experimentos.

Alan Turing ajudou no alvoroço de como os seres humanos se relacionam com as máquinas e como esses aparelhos e seus sistemas podem ampliar, potencializar e transformar as sociabilidades e socibilidades.

Andrew Rodges (2012) atribui a Alan Turing e sua equipe a abreviação da Segunda Guerra Mundial (setembro de 1939 a setembro de 1945) em, pelo menos, três anos, tudo isso graças ao sistema de I.A. inventado por eles, que estavam a serviço do Reino Unido.

Turing e sua equipe criaram uma máquina que conseguiu decifrar o código Enigma, que era um sistema

⁷ (1912 – 1954). Sua história é imortalizada de maneira ficcional pelo cinema com o excelentíssimo O Jogo da Imitação, de 2014, sendo indicado a oito Oscars e levando a estatueta mais famosa do Mundo de Melhor Roteiro Adaptado na celebração de 2015. O Jogo da Imitação é uma metáfora que foi proposta e tem consequência direta de escritos, experimentações e estudos de Alan Turing e sua equipe.

muito complexo do exército nazista em criptografar informações, o que permitiam que os liderados de Adolf Hitler tivessem vantagem sobre os inimigos.

A equipe de Alan Turing foi a responsável por entender esse sistema e decifra-lo, podendo utilizar sistemas de contrainformação que permitiram valiosas interceptações e confusões das comunicações inimigas.

Roméia Souto (2021) destaca que a equipe de Alan Turing foi convocada para trabalhar no centro secreto de inteligência *Government Code and Cypher School* (GC&CS), localizado a 80 quilômetros de Londres, em um time de mais de dez mil pessoas que tinham o dever de acompanhar quaisquer transmissões comunicacionais advindas dos alemães e decifra-las.

Robert Soare (2016), enfatiza que o experimento de Alan Turing e equipe, começou a ser feito em 1936, trazendo reflexões e pontuações sobre a teoria da computabilidade, que propõe o conteúdo de informações de estruturas balizadas em álgebra e modelos que proporcionam uma série de cálculos, abreviando as funções que antes seriam feitas por humanos em muito mais tempo.

O experimento de Alan Turing era balizado na máquina nominada Bombe, inventada pelo polonês Marian Rejewski⁸. Essa proposição é considerada o modelo inicial do primeiro computador a que se tem notícia na História.

Robert Soare (2016) destaca também que durante os 41 breves anos de vida de Alan Turing, o mesmo foi ampliando seu experimento seminal computacional (juntamente com sua equipe), proporcionando uma série de novas invenções ao redor do planeta.

⁸ (1905 – 1980).

Entre as décadas de 1930, 1940 e 1950 eles ampliaram ideias que chegam até a contemporaneidade com os dispositivos computacionais em si, atualmente tão comuns em nossas vidas e ainda os sistemas que deram origem depois à Inteligência Artificial.

Charles Petzold (2008) concorda com o pioneirismo e avanços desses experimentos e chama atenção para o quanto ajudaram a abreviar os conceitos futuros, já nas décadas seguintes ao falecimento de Alan Turing, dos modelos sobre Inteligência Artificial aplicada e também sobre algoritmos, que são uma das explicações, por exemplo, das redes sociais serem tão utilizadas e fazerem parte da vida das pessoas.

Foi em 1950, por meio do conceito de Máquina Pensante, que Alan Turing (1956) deu seu maior contributo, às ideias sobre o Jogo da Imitação em que, por meio de estatísticas, traz questões das previsibilidades por meio de comportamentos.

Ou seja, é uma perspectiva cabal sobre as perspectivas de predição e de pensamento, contemporaneamente balizadoras das I.As.

Luis Schechter (2015) destaca que os ensinamentos de Alan Turing (em ampliação com sua equipe) são base para a compreensão sobre os limites do que pode ser estudado algoritmicamente um dado problema, bem como os requisitos de tempo e espaço (memória) necessários para resolver também um problema e para a construção de uma hierarquia de complexidade para aqueles mesmos problemas, para avançar em máquinas que pudessem agir em prol dos humanos.

Ou seja, foram os primeiros pontos provados de máquinas pensantes. Mas não foi Alan Turing e sua equipe

que propuseram sobre Inteligência Artificial na terminologia que falamos e tanto debatemos contemporaneamente.

O termo Inteligência Artificial foi apresentado pela primeira vez no segundo semestre de 1956 durante a Conferência sobre Computação na Dartmouth College (em Hanover, estado de New Hampshire, Estados Unidos). O termo foi cunhado pelos pesquisadores John McCarthy⁹, Marvin Minsky¹⁰, Alan Newell¹¹ e Herbert Simon¹², que, assim como Alan Turing e Marian Rejewski, também entraram para a história da computação e da matemática.

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

Antes disso, Warren McCulloch¹³ e Walter Pitts¹⁴ apresentam em 1943 o artigo acadêmico “A Logical Calculus of the Ideas Immanent in Nervous Activity”, que fala sobre redes neurais ou neurônios artificiais. Estas são estruturas de raciocínio artificiais em forma de modelo matemático que imitam o sistema nervoso humano.

Warren McCulloch e Walter Pitts não foram importantes somente com a publicação daquele artigo, mas deixaram uma verdadeira legião de alunos que, entre as décadas de 1940 e 1950 fizeram uma série de outras evoluções na área e instigaram a sedimentação dos estudos sobre I.A.

⁹ (1905 – 1980).

¹⁰ (1927 – 2016).

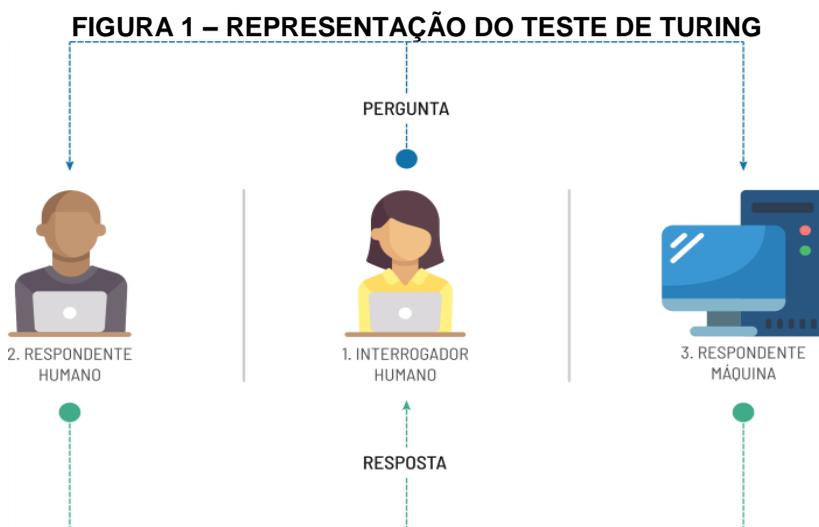
¹¹ (1927 – 1992).

¹² (1916 – 2001).

¹³ (1898 – 1969).

¹⁴ (1923 – 1969).

Outro trabalho acadêmico de grande impacto foi o artigo *Computing Machinery and Intelligence*, de Alan Turing, publicado em 1950 e que decidiu provocar a comunidade científica se, realmente, as máquinas conseguiriam atuar como um ser humano. Foi nesse trabalho que ele apresentou, com detalhes, a metáfora do Jogo da Imitação, suas perspectivas e, principalmente quais são os critérios objetivos da inteligência, sendo que, como a máquina pode passar a inteligência humana em uma conversa sem ser percebida; bem como o estímulo ao desenvolvimento de sistemas conversacionais, incentivando o desenvolvimento de *chatbots* e assistentes virtuais (contemporaneamente tão presentes e prementes da vida de quem está conectado); e o desafio para a comunidade científica, em que pesquisadores pudessem ampliar aqueles estudos, superando-os, podendo, inclusive, cada vez mais parecer com os comportamentos humanos.



FONTE: Turing (1950), com tradução nossa.

Em 1951, Marvin Lee Minsky¹⁵ cria o SNARC, calculadora matemática capaz de simular sinapses, que são ligações entre neurônios dos cérebros humanos e um dos primeiros pontos que ligam pensamentos humanos ao conceito de pensamento de máquina. Marvin Minsky é um dos criadores do Laboratório de Inteligência Artificial de uma das maiores instituições de pesquisa tecnológica do Mundo, o MIT – Instituto de Tecnologia de Massachusetts (em Cambridge, nos Estados Unidos).

Já em 1952, Arthur Lee Samuel¹⁶ cria o programa *Game of Checkers*, no computador IBM 701, considerado o primeiro do planeta a ter um sistema de autoaprendizagem. Era um jogo de damas, mas que aprendia e melhorava as partidas cada vez que era utilizado.

Em 1957, já utilizando as reflexões do Congresso de Computação na Dartmouth College (no estado de New Hampshire), um ano antes, Frank Rosenblatt¹⁷ apresenta o algoritmo *perceptron*, que é uma rede neural com uma camada capaz de classificar resultados. Ou seja, foi um experimento que deu o primeiro salto sobre a questão dos julgamentos, um sentimento humano, que nos diferencia em grande forma dos outros animais. O *perceptron* organiza algoritmos que classificavam contas matemáticas, como adição e subtração e depois evoluiu em perspectivas baseadas em tentativa e erro.

Já em 1959, John McCarthy desenvolve a linguagem de programação LISP, inspiradora em programação nas décadas seguintes, mostrando a possibilidade de uso exclusivo de funções matemáticas para estruturação de dados

¹⁵ (1927 – 2016).

¹⁶ (1901 – 1990).

¹⁷ (1928 – 1971).

elementares. LISP, traduzindo para o português, é uma sigla que significa estrutura de dados fundamentais de linguagem.

Em 1959, Arthur Samuel, evoluindo seus pensamentos anteriores, apresenta o termo *machine learning* (aprendizado de máquina, traduzindo para o português), uma das bases teórico-práticas para as próprias I.As. e eternizado até a contemporaneidade para explicar muitos pontos da robótica.

Arthur Samuel (1959) destaca que o aprendizado de máquina é o estudo dado à capacidade de computadores de aprenderem sem serem explicitamente programados. Essa prática ele já tinha provado com o *Game of Checkers*.

Em 1961, George Devol¹⁸, cria o Unimate, que foi o primeiro robô industrial responsável por transportar peças fundidas e solda-las em veículos que eram produzidos nas fábricas da General Motors, nos Estados Unidos, sendo considerado o primeiro sistema autônomo robótico industrial de larga escala, tendo o poder de substituir dezenas de metalúrgicos.

Em 1964, Joseph Weizenbaum¹⁹, do MIT, apresentou ao mundo outra grande inovação: o chatboot Eliza. Esse sistema pioneiro de I.A. conversava, automaticamente, imitando o seu inventor. E, se tem algo que faz muito parte de nossas vidas hoje, são os chatboots. Eliza era o começo de outra grande revolução, também impulsionada pela invenção do robô Shakey, feito por Nils John Nilsson²⁰ e Bertram Raphael²¹ entre 1966 e 1972. Eles eram membros do Instituto de Pesquisa de Stanford, também nos Estados Unidos.

¹⁸ (1912 – 2011).

¹⁹ (1923 – 2008).

²⁰ (1933 – 2019).

²¹ (1936 –).

O robô Shakey era móvel, falava e tinha determinadas autonomias de ação, mesmo de forma lenta.

Começava também outra era, a da humanização dos dispositivos que antes eram só em telas de computador, passando agora para aparelhos autônomos. Começava a Era da Robótica. Nos anos 1960, 1970, 1980 e 1990, cada um desses aparelhos robóticos experimentava evoluções e novas respostas, inclusive em vários centros de pesquisa espalhados pelos países que mais apostavam (e ainda apostam) na importância de compreenderem as mediações sobre tecnologias via aparelhos.

Mas, principalmente entre as décadas de 1980, 1990 e até a virada de século, vários recursos foram cortados principalmente para pesquisas de Inteligência Artificial propriamente dita, e houve uma diminuição de atividades de desenvolvimento dessa interface.

Esse período é conhecido por Inverno da Inteligência Artificial. Mesmo assim, em 1986, foi apresentado o NETtalk, sistema emblemático por ser o primeiro computador a ganhar voz, gerando evolução além do mostrado em telas e instigando a vivência de um novo sentido, o áudio, começando a transformar as Inteligências Artificiais em verdadeiramente multimidiáticas. O NETtalk foi inventado por Terrence Sejnowski²² e Charles Rosenberg²³.

Edward Feigenbaum²⁴, também na década de 1980, foi um dos impulsionadores de sistemas que geraram avanços na Inteligência Artificial trazendo a ideia de sistemas especialistas, que são programas de computador que realizam atividades complexas e bem específicas, inclusive tendo o

²² (1947 –).

²³ (1936 –).

²⁴ (1936 –).

poder de fazê-lo por vários humanos e de maneira simultânea. Pela primeira vez houve uma expansão também comercial desses eventos com o mercado corporativo. Até esta terceira década do século XXI o princípio de sistemas especialistas é utilizado, por exemplo, quando você solicita a abertura de uma conta digital ou então é avaliado por algum sistema, que varre, em segundos, seus dados e dá uma resposta, como se passasse por vários setores físicos, feitos por uma série de humanos.

Ele é uma prova, não só da automação de processos, mas também de substituição multitarefas de humanos por uma máquina. Em termos éticos, e do mundo do trabalho, dá uma forte discussão.

A partir disso, entre a mudança de século, as transformações nos sistemas de I.A. ganham outra grande modificação, com o conceito de *deep learning*, ou seja, aprendizagem profunda, criado pelo inglês, radicado no Canadá, Geoffrey Hinton²⁵.

O conceito e, principalmente, a prática e a vivência da aprendizagem profunda, mostra o poderio de avanço de camadas e possibilidades dos sistemas de I.A. Ele é revolucionário porque apresenta o fato de evolução do que é vivenciado pelos aparelhos.

Mas, depois do pioneirismo de Marian Rejewski, Alan Turing, John McCarthy, Marvin Minsky, Alan Newell e Herbert Simon outros avanços da Inteligência Artificial foram sentidos em caráter planetário e na ascensão das novidades no segundo quarto do século XX.

Um deles, principalmente por se tratar de um espetáculo também midiático, a base de muito marketing, foi quando um

²⁵ (1947 –).

computador, o *Deep Blue*, da IBM, em 1997, venceu o maior enxadrista do Mundo, o azerbaijano Garry Kasparov, que até então nunca tinha perdido uma partida de xadrez. Era uma das provas de que os sistemas podiam prever milhões de jogadas e ter um pensamento muito mais rápido do que um gênio humano.

Em 2011 foi apresentado pela estadunidense IBM (International Business Machines Corporation), o Watson, até então o mais moderno sistema de computação cognitiva, possibilitando avanços de *deep learning*. Ele explorava aplicações de questões do cotidiano e também em ambientes corporativos. Até os dias atuais o Watson, e suas melhorias e evoluções, tem sido uma das vedetes da empresa.

Leandro Kovacs (2023) destaca que em 2012, o Google X, que é o laboratório de inovações tecnológicas do gigante Google, foi capaz de desenvolver uma Inteligência Artificial capaz de reconhecer gatos em um vídeo, sendo um marco, principalmente na distinção de elementos computacionais.

Não é exagero dizer que foi aquele conceito que colocou os sistemas de I.A. contemporâneos como formas de maior usabilidade e popularização, permitindo, via sistemas conectados, processamentos de dados incríveis.

Certeza que, mesmo sem saber, quase todos os dias você utiliza um deles.

A IBM (2024) destaca que em 2015 foi apresentado ao mundo o supercomputador Minwa, da Baidu, que utilizava um tipo de especial de rede neural profunda, tendo o poder de categorização de imagens com maior poder do que a própria capacidade humana.

Com essas novas práticas de IA generativa, os modelos de *deep learning* podem ser treinados previamente em

grandes quantidades de dados brutos e não rotulados, cada vez mais avançando em progressão aritmética.

Peter Norving e Stuart Russel (2013) destacam que a Inteligência Artificial busca não apenas compreender, por meio de dispositivos não humanos, mas também construir entidades inteligentes, sendo que os sistemas gerados podem ter dois tipos com base em racionalidade e em pensamento: a abordagem humana e a abordagem ideal.

A primeira, traz sistemas de I.A. que pensam e agem como humanos. A segunda base traz sistemas com pensamento e atos racionais, independente do humano e ampliando o humano.

Tom Taulli (2020) destaca que a Inteligência Artificial, notadamente neste século XXI (e em um pensamento muito contemporâneo), nos traz novas perspectivas, uma delas é o aprendizado de máquina que, assim como nós humanos, as máquinas, via I.A., podem aprender e não só realizar atividades específicas. Esse aprendizado é o que instiga uma maior aproximação e até reprodução sobre o que os humanos fazem.

Charles Prado (2019) diz que a Inteligência Artificial envolve tecnologias atuando na inspiração, mesmo com diferenciais, na maneira humana ou de outros seres biológicos de sentir, aprender, raciocinar e tomar decisões.

Todos esses elementos históricos são importantes serem estudados e lembrados, principalmente porque geraram evoluções para o que na contemporaneidade podemos tratar e refletir sobre Inteligência Artificial e suas essencialíssimas consequências.

Quais os impactos de tudo isso em nosso dia a dia? E o que podemos esperar em tantas novidades?

2.2 – Dos sistemas computacionais tradicionais e complicadíssimos, aos dispositivos mais comuns e a popularização da I.A. no nosso dia a dia

O que faz os sistemas de Inteligência Artificial serem tão popularizados? E cada vez mais massificados (mesmo muita gente ainda não sabendo)?

A popularização é fruto de interesse coletivo ou da apresentação de novos, e cada vez mais modernos, produtos sobre a área?

Estamos realmente em preparação para compreender e agir correlacionados com tudo isso e na incrível velocidade de todas essas perspectivas?

Uma reflexão provocativa é feita por Lucia Santaella (2023) questionando 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? A fala da autora é mais que necessária para que não achemos que os sistemas de I.A. são a chave para tudo.

Camila Feiler (2023) destaca que a Inteligência Artificial marca uma nova era e que ela transforma a interação, facilitando uma série de processos, principalmente pensados para nossa contemporaneidade. Ou seja, ao contrário de Lucia Santaella (2023), Camila Feiler (2023) destaca uma pontuação mais otimista sobre os sistemas.

É um fato que ao termos um contato mais profundo com os sistemas de Inteligência Artificial e suas maravilhas de 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. E é fato de que ela tem se expandido mais e mais a todas as áreas.

Salomão Farias (2023), em uma experimentação com a utilização de sistemas de I.A., para uma provocação acadêmica, 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.

Salomão Farias (2023) questiona, ao ampliar os debates, 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 I.A. generativa fazem pelos cientistas, a Ciência é do computador ou da pessoa?

Concorde-se ou não com a importante provocação e, sem fugir dela, deixo as reflexões com vocês.

Garanto que mais a frente, falaremos disso também e que a partir do momento em que um computador faz o trabalho do humano, pelo humano, como o humano, será que precisamos desse humano para as atividades básicas?

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 conexionismo.

A primeira é ligada às questões psicológicas, mais humanas.

A segunda 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 têm gerado mais discussões, justamente pela propensão dos aprendizados de máquina.

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.

John Haugeland (1989) destaca que a Inteligência Artificial esforça-se para fazer computadores pensarem e as máquinas terem mentes, no sentido total e literal. Ele foi um dos autores a mais predizer fatos, constatados mais de 30 anos depois, e que, como veremos nos capítulos seguintes, tem suas razões de ser e existir. Além, claro, do quanto isso tem trazido (e trará muito mais) polêmicas.

Ray Kurzweil (2007), também em uma opinião clássica, destaca que a I.A. é exigida na arte de criar por parte das máquinas e são executadas por pessoas. Este pensamento também é interessante porque ainda preza pelo lado humano. Mesmo sendo quase duas décadas antes da evolução de sistemas como o ChatGPT, o Bard, o Bing e o Gemini²⁶ o autor traz a perspectiva ainda do envolvimento do humano, algo que prezaremos muito na própria convivência do Jornalismo com os sistemas de Inteligência Artificial generativo.

Leandro Kovacs (2022) enfatiza e explica que há três grandes tipos de Inteligência Artificial: a ANI (Inteligência Artificial Estreita), a AGI (Inteligência Geral Artificial) e a ASI (Super Inteligência Artificial). Cada uma delas tem uma função, um instrumento evolutivo e, principalmente, uma lição para nossa contemporaneidade.

²⁶ Todos eles serão retratados e melhor debatidos no Capítulo 3 deste livro ***“Do ChatGPT ao Bard, passando pelo Bing e o Gemini: uma infinidade de I.As. que mudam, e mudarão, nossas maneiras de utilizarmos as mediações informacionais”***.

No quadro a seguir, sedimenta-se a apresenta-se cada uma delas, retratando-se cada uma de suas perspectivas e pormenorizações:

QUADRO 1 – PRINCIPAIS TIPOS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

ANI	AGI	ASI
<p>Este tipo de Inteligência Artificial representa toda a I.A. existente, incluindo até a mais complicada e capaz que já foi criada. A ANI 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.</p>	<p>Inteligência Artificial Geral 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.</p>	<p>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 7 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 3 estágios e levaremos algum tempo para (e se) chegarmos aos próximos.</p>

FONTE: Kovacs (2022).

2.2.1 – As I.As.: Fraca e Forte. Perspectivas

Outra diferenciação sobre os tipos de sistemas de I.A. na contemporaneidade são os conceitos e práticas acerca da Inteligência Artificial Fraca e da Inteligência Artificial Forte. A primeira também é conhecida por Estreita e a segunda por Super Inteligência Artificial. A Fraca é mais comum e mais histórica, enquanto a Forte tem sido o maior desafio nos dias atuais em termos de evolução, sendo o caminho buscado pelas empresas e responsável pela forte popularização dos sistemas de I.A., inclusive no campo do Jornalismo.

FIGURA 2 – SISTEMATIZAÇÕES SOBRE DIFERENÇAS ENTRE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL FRACA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL FORTE, COM RESPECTIVAS DEFINIÇÕES E CAPACIDADES

Inteligência artificial		
	Fraca	Forte
Definição	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolvida, em geral, para temas e domínios específicos. Mostra-se eficaz para decisões operacionais e táticas, mas ainda apresenta limitações no nível estratégico. De aplicabilidade simples, a partir de identificações lógicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Possui a mesma habilidade intelectual que o humano, ou até mesmo superior. Tem função cerebral superinteligente para descobrir e solucionar problemas por conta própria e melhorar autonomamente as suas capacidades. Pode sentir, compreender, raciocinar, aprender e atuar no ambiente de maneira semelhante ou superior à dos seres humanos.
Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> Análises de cenários preditivos bem-definidos. Sistemas de análises de informação. Reconhecimento de padrões (faces, vozes etc.). Sugestões de melhoria a partir de padrões definidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Pensamento lógico. Tomada de decisões em casos de incerteza. Planejamento. Aprendizado. Comunicação com linguagem natural. Uso de habilidades para alcançar metas. Desenvolvimento autônomo.



FONTE: Ney (2023).

A IBM (2024) reflete que a Inteligência Artificial Fraca, também conhecida por *Narrow AI* ou *Artificial Narrow Intelligence* (ANI, advinda da sigla em inglês), tem treinamento

e concentração para executar tarefas específicas, caracterizando a maior parte das I.As. que atualmente existem, sendo seus exemplos mais conhecidos a Siri da Apple, a Alexa da Amazon, o Watson da própria IBM e os veículos autônomos, sendo os Teslas (carros autônomos e modais nesta terceira década do século XXI) os mais notórios.

A mesma IBM (2024) também enfatiza que a I.A. Forte, também conhecida por Inteligência Artificial Geral (do inglês *Artificial General Intelligence*), tenta ter a inteligência igual (e até superior) a dos seres humanos, com consciência e autoconhecimento capaz de resolver problemas, aprender e planejar, inclusive para o futuro, tendo também como meta superar a inteligência humana, com sua capacidade cerebral contemporânea. A IBM (2024) destaca que a I.A. Forte ainda é uma predição teórica (ao menos até enquanto este livro terminava de ser escrito em sua segunda edição), mas não significa que pesquisadores não estejam tentando explorar seu desenvolvimento.

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.

A popularização dos sistemas de Inteligência Artificial, principalmente nesta terceira década do século XXI tem levado a uma série de funções e perspectivas.

Apresenta-se, na página a seguir, algumas delas, explicando seus tipos de função e reflexões:

QUADRO 2 – PERSPECTIVAS DE FUTURO DA I.A.

TIPO DE FUNÇÃO	REFLEXÃO
CRIAÇÃO DE IMAGENS POR INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	A I.A. será capaz de criar imagens cada vez mais realistas e convincentes, permitindo a geração de conteúdo visual de alta qualidade para publicidade, entretenimento e design.
SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO	Com o aumento da dependência de sistemas baseados em I.A., a segurança da informação se tornará uma prioridade ainda maior. Serão desenvolvidas soluções avançadas para proteger dados e prevenir ataques cibernéticos.
AVATARES DIGITAIS COMO ATENDENTES VIRTUAIS	Os avatares digitais serão cada vez mais utilizados como atendentes virtuais, oferecendo interações mais humanizadas e personalizadas em diversos setores, como varejo, serviços financeiros e saúde.
RECONHECIMENTO DE FALA	Este continuará a evoluir, permitindo interações mais naturais com dispositivos e sistemas. Assistentes virtuais serão capazes de entender e responder a comandos de voz com maior precisão e contexto.
METAVERSO	O conceito de metaverso, um ambiente virtual compartilhado, ganhará destaque. A I.A. desempenhará um papel fundamental na criação e no gerenciamento desses ambientes, proporcionando experiências imersivas e interativas.
DADOS EM TEMPO REAL	Com o avanço da tecnologia de sensores e conectividade, a I.A. será capaz de processar e analisar grandes volumes de dados em tempo real. Isso permitirá tomadas de decisão mais rápidas e eficientes em áreas como logística, transporte e monitoramento de saúde.
SUPER-APLICATIVOS	Aplicativos integrados e multifuncionais, impulsionados pela I.A., se tornarão mais comuns. Esses super aplicativos oferecerão uma ampla gama de serviços e funcionalidades em um único lugar, simplificando a vida dos usuários.
DEMOCRATIZAÇÃO	A I.A. será cada vez mais acessível por meio de plataformas de desenvolvimento low code e no code, permitindo que pessoas sem conhecimento técnico avançado criem soluções baseadas em I.A.
GÊMEO DIGITAL	A criação de gêmeos digitais, representações virtuais de objetos físicos ou processos, permitirá simulações e análises detalhadas. A I.A. será usada para alimentar e atualizar esses gêmeos digitais, melhorando a eficiência e a tomada de decisões em diversos setores, como manufatura e manutenção.

FONTE: Pareto (2024).

Quais os avanços de tudo isso e por que a I.A. generativa tende a chamar atenção e dar grandes saltos em relação às mediações informacionais, principalmente em transformação às questões jornalísticas?

Muitas das respostas veremos a seguir, principalmente ao debatermos e entendermos que foi o avançar de todas essas perspectivas e a popularização de sistemas, principalmente durante e depois da pandemia da Covid-19 e da própria popularização da conexão em dispositivos virtuais.



3

***Do ChatGPT ao Bard,
passando pelo Bing e o
Gemini: uma infinidade de
I.As. que mudam, e
mudarão, nossas maneiras
de utilizarmos as mediações
informacionais***

Depois de breves entendimentos sobre as necessidades de mudanças e atualizações do Jornalismo contemporâneo e compreender sobre a história da Inteligência Artificial, adentramos agora sobre as I.As. e seus papéis nesta terceira década do século XXI. É mais que evidente de que a partir de 2022 houve uma explosão gigantesca no debate e referências e, diariamente, esses sistemas têm se popularizado e feito parte da vida cotidiana de uma parte dos mais de 8.000.000.000 de habitantes do planeta.

Muita gente acha que só há um punhado, na mesma quantidade de dedos que temos nas mãos, de sistemas de I.A. É um grande engano. Diariamente, para praticamente todas as atividades, há novos sistemas de Inteligência Artificial, principalmente porque as empresas de informática e mediações de conhecimento, entendem o nicho e a revolução em uma sociedade tão conectada, em suas potencialidades, principalmente em termos de I.A. generativa.

A Inteligência Artificial generativa é feita de modelos de *deep learning* (aprendizado de máquina²⁷) que têm capacidade de obtenção e processamento de dados brutos e em grande quantidade, gerando uma evolução, que alguns cientistas da computação e da informação chamam de “aprendizado”, ocasionando resultados estatisticamente de grande probabilidade sobre o que é pedido à máquina.

A IBM (2024) destaca que os modelos generativos são utilizados desde o século XX para análises estatísticas de dados numéricos, mas foi a partir da segunda década deste século que ganharam popularidade, principalmente para suas evoluções nos modelos VAE, que são autoconders (sistemas de aprendizado) variacionais e atualmente presentes em uma quantidade crescente de dispositivos.

Trocando em miúdos, tem um poder muito maior de processamento, de predição de respostas, aproximando-se, cada vez mais ao humano, ou seja, a Inteligência Artificial profunda.

A própria IBM (2024) destaca que com o avanço dos modelos VAE na Inteligência Artificial serão acelerados, de maneira muito mais rápida, a automação eficiente, bem como ampliação de respostas para situações antes não previstas.

Com a mesma experiência em investir nos primeiros experimentos sobre Inteligência Artificial para fins comerciais e não militares (como os experimentos de Turing), a IBM (2024) apresenta perspectivas para esta década do século XXI no sentido de aplicações sobre a Inteligência Artificial, principalmente em suas possibilidades profundas e de alto poder de utilização da *deep learning*.

A seguir, algumas dessas aplicações:

²⁷ Como foi destacado no capítulo anterior.

QUADRO 3 – PRINCIPAIS APLICAÇÕES DE I.A. DO APRENDIZADO DE MÁQUINA NA CONTEMPORANEIDADE

<p>Reconhecimento de voz: também conhecido como reconhecimento automático de voz (ASR), reconhecimento de voz por computador, ou voz-para-texto, é um recurso que usa processamento de linguagem natural (PNL) para processar a voz humana no formato escrito. Muitos dispositivos móveis incorporam reconhecimento de voz em seus sistemas para realizar pesquisas por voz, como o Siri, ou oferecem mais acessibilidade no envio mensagens de texto.</p>
<p>Atendimento ao cliente: Os agentes virtuais on-line estão substituindo os agentes humanos na jornada do cliente. Respondem a perguntas frequentes (FAQs) sobre assuntos como envio, ou fornecem orientação personalizada, fazem vendas cruzadas de produtos ou oferecem sugestões de tamanhos para os usuários, mudando nossa forma de encarar o envolvimento do cliente em sites e plataformas de redes sociais. Alguns exemplos são bots de mensagens em sites de comércio eletrônico com agentes virtuais, aplicativos de mensagens, como o <i>Slack</i> e o <i>Facebook Messenger</i> e tarefas normalmente realizadas por assistentes virtuais e assistentes de voz.</p>
<p>Computer Vision: essa tecnologia de I.A. permite que computadores e sistemas colham informações significativas de imagens digitais, vídeos e outras entradas visuais e, com base nessas entradas, podem agir. Essa capacidade de apresentar recomendações a distingue das tarefas de reconhecimento de imagem. Alimentada por redes neurais convolucionais, a Computer Vision tem aplicações em aplicação de etiquetas em fotos em redes sociais, imagens de radiologia na área da saúde e carros autônomos na indústria automotiva.</p>
<p>Mecanismos de recomendação: utilizando dados de comportamento de consumo passados, os algoritmos de I.A. podem ajudar a descobrir tendências de dados que podem ser usadas para desenvolver estratégias de venda cruzada mais eficazes. É utilizado para fazer recomendações complementares relevantes aos clientes durante o processo de checkout para varejistas on-line.</p>
<p>Negociação automatizada de ações: projetada para otimizar carteiras de ações, as plataformas de negociação de alta frequência orientadas por I.A. realizam milhares ou até milhões de negociações por dia sem intervenção humana.</p>

FONTE: IBM (2024).

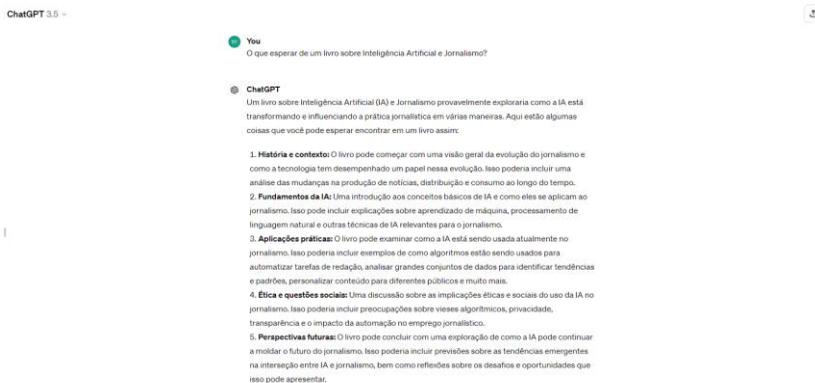
Passamos agora a falar nos principais sistemas de Inteligência Artificial que são mais comuns e têm impacto no dia a dia do Jornalismo, ao menos até o ano de 2024.

3.1 – O ChatGPT e suas revoluções

O ChatGPT é a principal e, por enquanto, mais conhecida e mais utilizada ferramenta de Inteligência Artificial disponível. De maneira viral tem sido utilizado em infinitas funções e tem conquistado os públicos mais conectados.

Devido sua facilidade e semelhança em transparecer uma conversa (por isso o nome chat, instrumento tão internalizado pela geração mais conectada) e também sua capacidade generativa (de aprender), tem apresentado resultados incríveis e surpreendentes. O termo GPT é uma sigla em inglês que significa Generative Pre-Trained Transformer (em tradução livre para o português: Transformador pré-treinado generativo), ou seja, que transforma e aprende o que é conversado.

FIGURA 3 – INTERFACE DO CHATGPT – VERSÃO 3.5 (A MAIS POPULAR E GRATUITA – ENTRE OS TRÊS MODELOS DISPONÍVEIS) EM PERGUNTA PROVOCATIVA SOBRE ESTE LIVRO



FONTE: ChatGPT (2024).

Esse sistema foi ao ar pela primeira vez em 30 de novembro de 2022. O ChatGPT faz parte do conglomerado

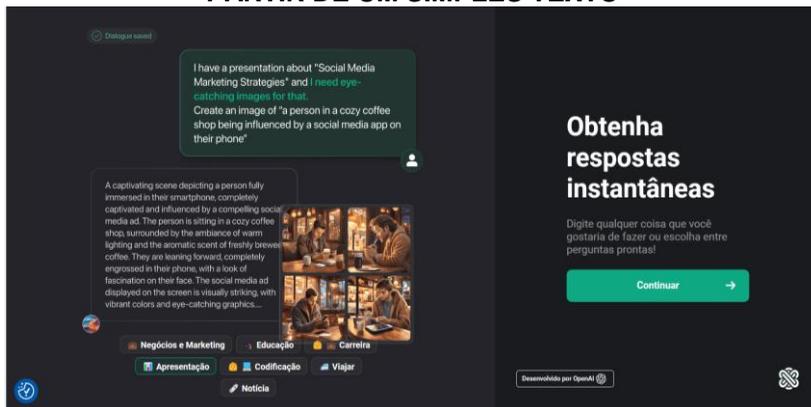
estadunidense OpenAI (2024), que se descreve como empresa de pesquisa e implantação de I.A. com a missão de garantir sistemas do tipo beneficiando a humanidade. Seus principais acionistas são empresários ligados a grandes empresas de tecnologia (também chamadas de BigTechs), que há vários anos já pesquisam sobre sistemas generativos e têm acreditado nas perspectivas da importância de sistemas informacionais, conectados online, para respostas imediatas via sistemas de I.A.

O ChatGPT é um chatbot conversacional. Isso significa que ele simula conversas humanas e, de acordo com o fluxo de perguntas e respostas dadas, vai aprendendo e padronizando. Outro ponto também forte é a criação de sistemas e também de vídeos e áudios dando a sensação de que praticamente quaisquer conteúdos têm algum tipo de resposta por esta plataforma.

Até o segundo semestre de 2024, o ChatGPT funcionava em três versões: a grátis (também chamada de Free ou 3.5); a paga individual (também chamada de 4.0 ou de Plus) e a paga coletiva (também chamada de 4.0 ou ainda de Team). Segundo o ChatGPT (2024), o plano grátis dá direito a mensagens, interações e histórico ilimitados, feitos na Internet e em dispositivos iOS e Android e é recomendado para pessoas que estão começando a usar a ferramenta. Já as duas versões pagas, que tinham valores mensais de US\$ 20 (para a Plus) e US\$ 25 (para a Team), segundo o ChatGPT (2024), dão direito a utilização do modelo mais avançado da plataforma, que é o ChatGPT 4, inclusive com sua revolucionária versão DALL-E (que permite criar vídeos através de um único texto) e ainda análise mais profunda de ferramentas. A diferença entre a versão Plus, da versão Team

(mais cara) é que a segunda ainda oferece mais precisão, aprendizado constante e muito mais atualidades de informações.

FIGURA 4 – INTERFACE DO CHATGPT 4 – VERSÃO PAGA E A PROMESSA DE CRIAR, EM TEMPO REAL, VÍDEOS E SONS A PARTIR DE UM SIMPLES TEXTO



FONTE: ChatGPT (2024).

A versão paga do ChatGPT proporciona uma série de novidades e possibilidades que antes só eram possíveis mediante a utilização de computadores de alto poder de processamento e que custavam dezenas (ou centenas) de milhares de reais. Se bem usado, pode ajudar na economia de várias funções como, por exemplo, da programação de sistemas, jogos, sites e outras funções avançadas.

Mas a hegemonia do ChatGPT tende a ganhar muito mais ameaças com a chegada de concorrentes de peso, não só pela tecnologia oferecida, mas, principalmente, por pertencerem a gigantes do mundo da tecnologia, as chamadas BigTechs, o Bard e o Gemini (do Google) e o Bing (da Microsoft). Compreendamos também sobre eles.

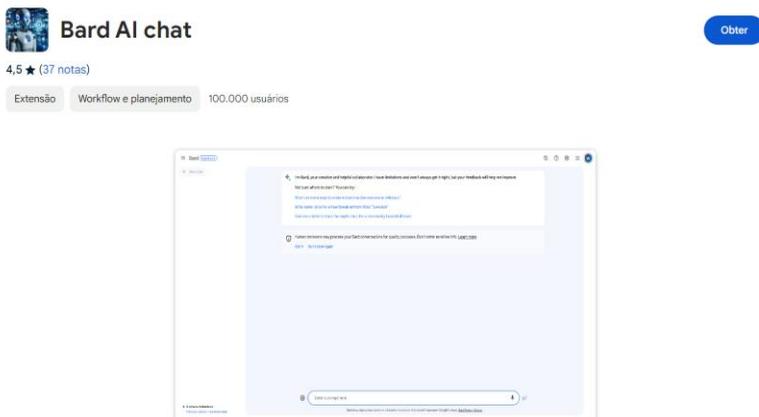
3.2 – Do Bard ao Gemini, a resposta do Google

O Bard é contemporaneamente um dos principais concorrentes do ChatGPT e tende a ganhar muitos adeptos principalmente por conta de seu dono, o Google (lançado em janeiro de 1996, e desde o final do século passado é o principal buscador disponível e mais acessado em todo o planeta, oferecendo dezenas de produtos secundários).

Com a tecnologia do Google, que utiliza sistemas algorítmicos e nunca aceitou perder sua hegemonia, a Inteligência Artificial da empresa, o Bard tende a mostrar respostas a altura do mais famoso deles, o ChatGPT.

O Bard teve início em 12 de julho de 2023 no Brasil, dois meses depois do seu lançamento mundial, oferecendo inicialmente uma interface nos 40 idiomas mais falados do Mundo. Suas funções são muito parecidas com as do ChatGPT, com sistema de conversação e possibilidade de interação imagética e em áudio.

FIGURA 5 – INTERFACE PARA BAIXAR O BARD IA



FONTE: Bard (2024).

O Bard foi uma resposta direta ao ChatGPT porque no próprio Google, dono do Bard, pesquisas sobre o ChatGPT aumentaram em mais de cem por cento nos primeiros meses de 2023, ou seja, se algo está em moda e gera muito interesse e eu tenho um sistema de banco de dados incrível, por que não lançar também?

Era a resposta perfeita para que a BigTech de buscas desse sua resposta a alguma, não só no que era consultado, mas também no seu próprio sistema de interface de Inteligência Artificial generativa.

No início de 2024, o Bard foi transformado em Gemini, uma outra I.A. generativa mais potente, com mais funções e cada vez mais próximo ao que era proposto pelo ChatGPT.

FIGURA 6 – INTERFACE DO GEMINI I.A. – OUTRA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, ADVINDA DO BARD E DO SUCESSO DO GOOGLE, PROMETENDO SER UM CONCORRENTE A ALTURA PARA O CHATGPT

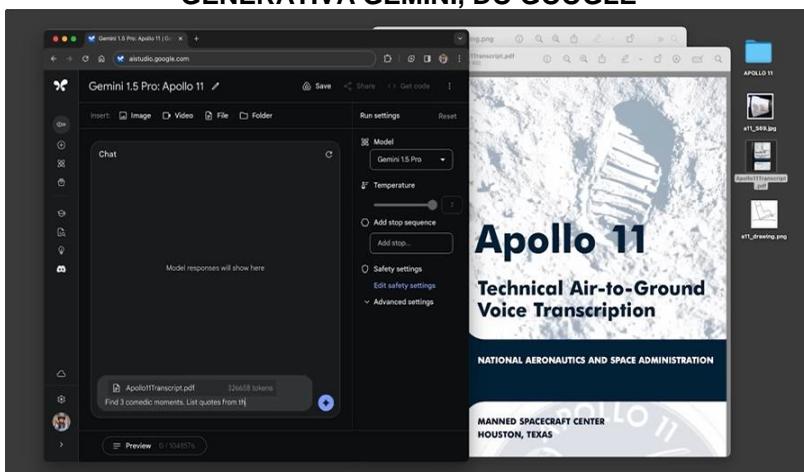


FONTE: Gemini (2024).

Segundo André Magalhães (2024), o Gemini é mais potente que o Bard em quatro grandes sentidos: sugestão de *prompts*, com mais detalhamento sobre o que é pesquisado; tem aplicativo para sistemas Android, instigando sua

usabilidade por meio de dispositivos móveis, principalmente *smartphones*; integração com sistemas iOS, e suas integrações com aparelhos Apple; e, a maior de todas as ferramentas, a inserção do Gemini Ultra, que é sua versão paga, custando o preço médio, de R\$ 97,00 mensais, possibilitando também o direito a 2 Terabytes de armazenamento na nuvem. Principalmente este quarto ponto, torna o Gemini (e suas versões e atualizações) financeiramente mais vantajoso do que o ChatGPT, inclusive com mais ganhos de produtos agregados, muitos deles já famosos, de grande valia e balizados pelos sistemas Google.

FIGURA 7 – VERSÃO PAGA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL GENERATIVA GEMINI, DO GOOGLE



FONTE: Gemini (2024).

A versão paga do Gemini já teve três atualizações até antes o meio do segundo semestre de 2024 e a empresa promete mais novidades ao menos a cada semestre e lutar, palmo a palmo pela hegemonia das I.As. generativas.

3.3 – Bing! Vocês acham que a Microsoft ia ficar de fora?

A gigante Microsoft lançou em 23 de maio de 2023, na esteira do sucesso do ChatGPT e também do que já era feito pelos concorrentes em termos de I.A. generativa o Bing. Ele já existia desde junho de 2009 como um buscador, sendo concorrente direto com o mais famoso deles, o Google.

Muito da tecnologia do Bing advém dos próprios experimentos da OpenAI (dona do ChatGPT), já que a Microsoft também é investidora daquela empresa. Ou seja, o sistema Bing é um irmão, quase gêmeo do ChatGPT, mas com um DNA diferente.

FIGURA 8 – INTERFACE DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL BING, DA MICROSOFT E SUAS PROVOCAÇÕES E SUGESTÕES DE USABILIDADE



FONTE: Bing IA (2024).

A interface gráfica do Bing é um avanço em relação ao ChatGPT, que mais parece um chat em si enquanto o congênere da Microsoft oferece muito mais telas e possibilidades de imagens dinâmicas.

Com os mesmos pontos da I.A. generativa do Google, o Bing possibilita, além do texto (de, no máximo, 2.000 caracteres), o envio de áudio e também comparação de imagens, justamente para a criação de outros produtos.

Ao contrário do ChatGPT, o Bing é gratuito e funciona muito bem, com várias de suas interfaces e recursos do irmão mais famoso, principalmente se for usado conectado à internet pelo navegador Edge, que também é da Microsoft. Ou seja, ele não funciona em sistemas da Apple ou em outros navegadores.

O sistema termina por ser inovador porque age por instigar o buscador, elevando não só a interface gráfica, mas também o aprendizado de sistemas e seus recursos.

Rodrigo Folter (2023) diz que o Bing evolui sobre o ChatGPT porque tem ferramentas extras, inclusive parecidas com os próprios sistemas do GPT-4 (que é a versão paga da I.A. generativa da OpenAI).

Rodrigo Folter (2023) também explica que o Bing age em três grandes estilos: o criativo, o balanceado e o conciso. O primeiro traz respostas mais genéricas, o segundo trabalha com mistura de textos e imagens. O terceiro trabalha de maneira mais direta e resumida.

Nathalia Gaspar (2023) diz que o Bing tem a vantagem de ser mais preciso, mais rápido e mais automático que os concorrentes, principalmente por usar a mesma tecnologia do ChatGPT, com mais interfaces experimentadas historicamente pela gigante Microsoft.

Mas, não só de ChatGPT, Bard, Gemini e Bing vivem a inspiração, e crescimento no mundo jornalístico contemporâneo. Outras ferramentas também têm chamado atenção, apresentaremos, a partir de agora, algumas delas.

3.4 – Outras importantes ferramentas de Inteligência Artificial neste meio de terceira década do século XXI. Elas dominarão o Mundo?

Quando falamos em sistemas de Inteligência Artificial chegamos às dezenas para quaisquer áreas e, com a rápida expansão de Inteligências Artificiais generativas como o ChatGPT, o Bard, o Gemini e o Bing, destacamos que elas estão e estarão cada vez mais internalizadas na vida dos usuários, assim com os e-mails, o Google e as redes sociais já estão, principalmente em quem está em conexão de dispositivos internéticos ou então precisa utilizar serviços em geral por quaisquer dispositivos eletrônicos.

Preferimos atentar para as mais comuns em termos jornalísticos em geral, principalmente nas que cumprem o papel dos instrumentos redacionais básicos para uma notícia. Como iremos falar mais no próximo capítulo: a pauta, a apuração, a edição e a veiculação.

Dependendo da função e da área jornalística há uma série de outros sistemas, desde para a correção gramatical de textos, a melhoria dos mesmos, sugerindo outros pontos de suas escritas e da ortografia e concatenação de ideias, passando até para sistemas de correção de som, bem como a inserção de avatares imitando seres humanos.

E, ultimamente, as questões de criar, praticamente do zero ou com poucos textos, figuras não reais ou até que existem, mas que não são originais no sentido da apuração noticiosa.

Para fins de melhor provocação e reflexão, atentamos para quatro grandes Inteligências Artificiais já muito usadas contemporaneamente no mundo do Jornalismo: Midjourney, DoNotPay, Synthesia e Jasper.

Sabe-se que, a cada semana, há mais versões de novos sistemas de I.A. e que muitas delas, em conjunto com o ChatGPT, o Gemini/Bard e o Bing, terminam trazendo uma série de resultados surpreendentes ou preocupantes, dependendo do ponto de vista, visto que (como falaremos nos tópicos mais a frente) se forem usadas indiscriminadamente e sem critérios éticos podem não só substituir os jornalistas, mas colocar em risco várias das funções jornalísticas e de mediações informacionais atuais.

O Midjourney foi lançado em julho de 2022. É uma ótima interface para a criação e melhoria de imagens e tem sido muito utilizado em veículos online e também televisivos. Um de seus atributos é gerar imagens únicas. Assim, como as outras ferramentas de I.A. generativa, tem versões gratuitas e pagas (com muito mais poder de geração de imagens).

FIGURA 9 – INTERFACE DO MIDJOURNEY



FONTE: Midjourney (2024).

O DoNotPay existe desde 2015 e foi fundado nos Estados Unidos. Ele tem ganhado uma série de adeptos, principalmente por gerar respostas e reflexões do ponto de

vista jurídico, inclusive para tirar dúvidas sobre questões de processos, de leis e de informações, o que pode ser instrumento essencial no mundo dos jornalistas.

O DoNotPay é importante porque ajuda a ampliar o escopo de pessoas das mediações informacionais.

O Synthesia é também revolucionário para a criação de vídeos e utiliza atores virtuais (avatars) humanos gerados por I.A. para a interpretação de textos. Esse sistema de Inteligência Artificial generativo, fundado em 2017 na Inglaterra, pode ser um caminho, se utilizado para fins éticos, para apresentações curtas e para ajudar a chegar a determinados públicos. Ele tem versões gratuitas e pagas.

Já o Jasper foi fundado em 2021, também nos Estados Unidos. Ao contrário dos outros sistemas de I.A., que geralmente têm empresas sede na Califórnia, ele é sediado no outro lado dos Estados Unidos, no Texas.

O Jasper é muito conhecido para ferramentas de marketing utilizando moderno sistema de I.A. generativo, com criação de sistemas, dos simples ao complexo, nas perspectivas mercadológicas.

Com este compilado de ferramentas, pergunta-se: para qual caminho tudo isso irá nos levar? Como nos levará? E quais as consequências de tudo isso?

3.5 – Que rumo as I.As. vão nos levar?

A pergunta é feita quase que diariamente, pois, com tantas funções e transformações e em tão pouco espaço de tempo nos indagamos (e somos muito indagados), inclusive não só no ambiente profissional, mas também nas questões de eticidade, para onde esses sistemas irão nos levar e, principalmente, sobre seus perigos.

Não temos todas as respostas, mas muitas delas serão destacadas nas próximas partes do livro e muitas outras perguntas serão deixadas para que você possa também responder.

As campanhas eleitorais de alguns países, em especial da Argentina (que é uma das principais nações do Hemisfério Sul e com grande influência no Brasil, e olha que não é só no campo futebolístico) foi uma prova do quanto esses sistemas foram plenamente utilizados, inclusive para reviver histórias. A campanha eleitoral municipal do Brasil já mostrou também rumos o quanto os sistemas de I.A., por mais proibidos que sejam pelo TSE – Tribunal Superior Eleitoral – têm mostrado suas caras em grupos de *WhatsApp* e em sistemas informacionais. O caminho é proibir ou conscientizar a população sobre esse tipo de ferramenta, principalmente se passando de interface jornalística?

Um dos pontos é que quando os sistemas de I.A. nos levam a ajudar a reproduzir situações e a refletir sobre as mesmas ou então a predizê-las, principalmente para a economia de recursos, termina sendo vista e entendida positivamente, dando uma nova usabilidade assim como os filtros e a computação gráfica foram importantes em um primeiro momento na indústria da imagem.

Mas, a partir do momento que personagens são criados e são utilizados como verdadeiros, bem como histórias são produzidas e repassadas como verdadeiras, o que impactam diretamente na verdade e nas mediações informacionais, começa-se a perguntar sobre o limite da Inteligência Artificial. Em poucos segundos é possível criar tons de voz, remixa-los e coloca-los na boca de figuras proeminentes, inclusive de algumas já falecidas. Vários sistemas de Inteligência Artificial

já proporcionam movimentações quase que precisas com uma única foto da pessoa, colocando-a no corpo de outras pessoas reproduzindo movimentos que elas não fizeram. Outro ponto também é a utilização de figuras de pessoas já falecidas entremeio a esses processos.

O Mundo ficou encantado com o retorno do grupo sueco ABBA aos palcos. Só havia um problema, metade dos músicos do grupo já tinha falecido. Mas, graças a sistemas de Inteligência Artificial, tanto os remanescentes vivos, como os hologramas dos membros que já não estão vivos encantaram antigos e novos fãs em turnê mundial.

Vários comerciais de TV também utilizaram esse tipo de estratégia. Um deles, foi do reencontro, só possível via sistema de I.A. das cantoras Maria Rita e Elis Regina (falecida há décadas) para o lançamento de um novo veículo da montadora Volkswagen.

Todos esses pontos nos levam a um novo subcapítulo que é, justamente, o debate sobre as questões do *deep fake*, em que os sistemas, tão avançados e modernos, podem ser utilizados também para o mal. Em vez de informar e recordar, podem também se passar por pessoas, de maneira maldosa.

3.6 – *Deep fake* e os rumos prementes e evidentes sobre consequência não tão positiva da Inteligência Artificial. As I.As já fazem parte do Jornalismo

Já faz quase cem anos que as primeiras manipulações de imagens foram registradas em termos jornalísticos ou fingiram ser jornalísticas. Um dos exemplos célebres é como Leon Trotsky foi retirado de todas as imagens oficiais da Revolução Russa de 1917.

Esse ato foi feito pelo seu principal adversário Joseph Stalin após a morte de Vladimir Ilyich Ulyanov, mais conhecido por Lenin, em 1924. Trotsky e Stalin travaram uma luta de bastidores pelo comando do Partido Comunista e sucessão de Lenin. Trotsky foi preterido, perseguido e, literalmente, apagado da história.

No decorrer dos anos e passar do século XX, os apagamentos de personagens ocorreram nas edições de textos e imagens, de maneira crescente, e também na escolha de quem seria veiculado ou não nos meios de comunicação. É notório os exemplos da censura oficial no período da Ditadura Civil Militar do Brasil (1964 – 1985) em que havia nos meios de comunicação um censor, profissional que dizia o que poderia ou não ir ao ar ou ser veiculado nos jornais e programas de rádio. Ou seja, os cortes ocorriam antes mesmo dos fatos noticiosos serem veiculados.

Com o avanço dos sistemas eletrônicos, principalmente pela Internet, já a partir deste século, esses mecanismos ganham novos tons, principalmente com a algoritmização dos fatos, ou seja, os sistemas internéticos escolhem os assuntos que mais aparecerão nas telas dos usuários.

Muito do poder de escolha de outrora, que era de ligar (ou não) em determinada estação de TV ou de rádio, bem como da escolha direta em ler ou comprar um produto impresso, tornou-se secundário, já que sistemas algorítmicos de dispositivos conectados, conseguem compreender padrões e estimular outros, de acordo com nossas tendências. Por isso, quando determinados assuntos, sejam eles em sites ou redes sociais, começam a aparecer muito para você e outros somem, são os algoritmos trabalhando. Isso tem dois lados: um positivo e um negativo. É positivo porque nos direciona a

nossos gostos, é como se alguém já pré-escolhesse para a gente. Mas, ao mesmo tempo, é negativo, porque se nos direciona, nos tira o poder, muitas vezes, de conhecer outros assuntos, inclusive alguns que poderemos passar a gostar, sem falar que, determinadas outras temáticas, principalmente do campo jornalístico, podem ser deixadas de lado em detrimento de assuntos mais comerciais.

Também com os sistemas computacionais, por outro lado, foi possível a criação de personagens virtuais, avatares, representando seres humanos e provando que tudo o que foi pensado no início do século XX (hoje cem anos depois) sobre robôs tem sido possível via a Inteligência Artificial.

Os sistemas de I.A. generativa potencializaram a criação desses personagens e, assim como na época da fotografia digital, têm sido utilizados para o bem e para o mal.

No caso das atividades maléficas, as faces falsas, conhecidas pelo termo em inglês *deep fake*, também têm sido cada vez mais comuns e mais utilizadas, principalmente em detratar opositores políticos e até em irradiar os famosos memes. Mesmo estes segundos, na maioria das vezes serem apenas para uso de entretenimento e de piada, quando vão para as redes sociais, terminam por cativar e fazer crer a muita gente que são verdadeiros. Vários casos se tornaram célebres nos últimos anos e o que era para ser brincadeira tornou-se verdade, principalmente por entrar no ingrediente de ser compartilhado em redes sociais e terem sido tão pouco apuradas por jornalistas que, sem o ímpeto correto de acompanharem o que é verdadeiro, do que é falso, terminaram sendo também enganados. Isso foi dado por dois motivos: o desconhecimento das ferramentas que fazem isso e também a rapidez de tentar repassar o fato. Por outro lado,

os avatares criados por inteligências artificiais também têm sido muito empregados, principalmente em emissoras telejornalísticas e em seus caminhos para redes sociais.

Os exemplos mais célebres, ao menos até o momento, são: Fedha, da Kuwait News; Ren Xiaorong, da People's Daily; Lisa, da Odisha TV; e a mais famosa de todas: Alba Renai, do Telecinco, que além de apresentadora também é *tiktokker* e tem centenas de milhares de seguidores nas redes sociais.

FIGURA 10 – FEDHA: APRESENTADORA DE TV DO KUWAIT. CONSTRUÍDA POR MEIO DE FACES DA POPULAÇÃO DAQUELE PAÍS



FONTE: Kuwait News (2023).

Fedha é um nome bem comum no Kuwait e sua identidade foi construída também pelo sotaque e traços médios (olhos, cor de pele, cor do cabelo) do povo daquele país do Oriente Médio. A apresentadora, totalmente criada e abastecida com notícias via I.A., é a responsável por trazer notícias para as redes sociais da emissora e tem aparecido constantemente em centenas de vídeos do canal.

Por enquanto, a jornalista criada via sistema de I.A. que tem maior audiência é a chinesa Ren Xiaorong, da People's Daily, jornal estatal do Partido Comunista da China. Ela trabalha 24 horas por dia, durante 365 dias por ano, lendo notícias relacionadas a questões do governo daquele país. A apresentadora virtual substitui dezenas de pessoas.

FIGURA 11 – REN XIAORONG – MAIS FAMOSA JORNALISTA FRUTO DE I.A. DO PLANETA – MILHÕES DE PESSOAS DE AUDIÊNCIA



FONTE: Folha de Pernambuco (2023).

Outro país, com população na casa do bilhão, que também está experimentando uma apresentadora via sistema de Inteligência Artificial, é a Índia. Lá eles contam com a Lisa, que atua na Odisha TV, no Leste do país. Ao contrário da congênere chinesa, Lisa só aparece esporadicamente e tem apresentado apenas quadros. Seus criadores querem testá-la aos poucos, principalmente para a representação perfeita dos movimentos humanos. Lisa foi criada por estudos de traços físicos (como altura, tonalidade de pele e vestimentas) com a cultura local do leste indiano.

FIGURA 12 – LISA, I.A. JORNALISTA DA TELEVISÃO INDIANA



FONTE: Odisha TV (2024).

Lisa tem crachá, fã clube e está presente em várias redes sociais, principalmente o *Instagram* e o *TikTok*.

Se Lisa é um sucesso nas redes sociais, o maior exemplo de todos, ao menos até o momento, é Alba Renai, jornalista criada por sistema de I.A. que tem nome e sobrenome e é um dos principais atrativos do canal espanhol Telecinco. Ele atua no programa *Sobreviventes* (que é um *reality show*). Sua participação na TV e nas redes sociais tem sido exemplo de polêmicas sobre avatares substituindo humanos no jornalismo. Ao contrário dos outros exemplos, principalmente o kwaitiano e o chinês, em que a democracia não é um ponto muito forte, e por Lisa ser apresentadora de uma emissora regional, no caso de Alba Renai, a realidade da personagem, bem como toda a criação de uma história por trás dela, que tem idade, local de nascimento e uma tentativa de humanização, leva ao questionamento sobre até que ponto realmente as I.As. substituirão os jornalistas e como tudo isso será impactado na notícia e quem a consome?

FIGURA 13 – ALBA RENAI, I.A. DA TV ESPANHOLA, QUE TAMBÉM É DIGITAL INFLUENCER



FONTE: Telecinco (2024).

Maysa Vilela (2024) enfatiza que o fenômeno Alba Renai tem o símbolo de uma revolução tecnológica inédita no entretenimento televisivo, já que outros personagens criados por I.A. já fazem parte das redes sociais, mas um personagem criado para a TV e que virou digital influencer, é o primeiro caso a que se tem notícia.

A profusão dos sistemas de I.A., sua capacidade de humanização de personagens, a multiplicidade de canais, principalmente os que funcionam somente pela Internet, com um maior consumo internético dos públicos, notadamente os mais jovens, tem-se o ambiente perfeito para a profusão dessa modalidade de mediações. Se isso é positivo ou não, ou há interfaces dos dois, é o que veremos a seguir.



Nas redes sociais, em nossa contemporaneidade, em perspectivas *instagrammicas*, *twitteiras* (agora X, seriam *x-zeiras*?) e *tiktokeiras*, entre os vários termos existentes, há um que é chamado de *pergunta do milhão*.

Nas perspectivas deste livro, a pergunta do milhão envereda para trazer a provocação: e o Jornalismo em tempos de Inteligência Artificial generativa, o que ocorrerá com ele?

Com isso, ainda provoco, e apresento mais perguntas, que podem ser de centenas, dezenas ou até, novamente do milhão, mas também necessárias: o que será feito dele?

O Jornalismo vai acabar?

Vai se transformar? Como?

Ele ainda tem fôlego? Vai dar um giro de cento e oitenta graus com mudanças completas? Como?

Quem dará esse passo? O jornalista terá novas funções? Quais?

A maneira de fazer Jornalismo como conhecemos até então está com os dias contados? Haverá mais desempregados que empregados?

As universidades conseguirão realmente formar um alunado conectado e entendedor de todas essas interfaces?

O mercado (em sua multiplicidade de funções e empresas) consegue adequar-se a tudo isso e quer um jornalista mais holístico ou está dando lugar a máquinas, que já fazem o bê-a-bá das mediações informacionais via algoritmos? Ou devemos perguntar ao ChatGPT, ao Bing, ao Bard ou a outro sistema de I.A.?

Responder a estes questionamentos (e sem usar os sistemas de I.A.) é, ao mesmo tempo, relativamente fácil, principalmente no sentido de termos uma alternativa mais simplória por confiar no Jornalismo (e permaneceremos confiando), disso não abro mão; mas muito difícil e complexo se quisermos levar essas respostas a caminhos de uma verdadeira reflexão social e profissional da área, inclusive com o impacto direto para a própria sociedade, pois, muitas vezes, nos preocupamos mais em quem faz o Jornalismo e esquecemos (ou, ao menos, omitimos) de quem o consome. Lembrando também que, principalmente quem faz o mundo jornalístico faz parte da própria sociedade, sendo que não há uma indissociabilidade entre ser jornalista e ser sociedade.

O Jornalismo não está em um olimpo, isolado de críticas e muito menos blindado somente de virtudes.

Entre facilidades e dificuldades, optamos por vivenciar a interface de resposta fácil e a interface de resposta difícil, inclusive convidando você a também vivencia-las e ampliar seu escopo crítico de uma temática tão necessária e, que mais cedo ou mais tarde, fará parte de sua vida.

Mas, é inegável, falar de Jornalismo entre todo esse contexto e todas as perspectivas já destacadas nos capítulos anteriores, principalmente sobre o fortalecimento e popularização da presença cada vez maior da Inteligência Artificial generativa, inclusive nas mediações informacionais, é

necessário, como em qualquer profissão, passar por um debate sobre a eticidade de utilização de ferramentas de I.A. no dia a dia jornalístico.

Destaca-se que as mediações informacionais via sistemas de Inteligência Artificial (principalmente os generativos), que vivem maneiras de serem emitidas e recebidas via sistemas informáticos, não têm a sensibilidade humana de um dos preceitos éticos mais básicos: colocar-se no lugar do outro. Esse ensinamento é trazido pelo melhor livro sobre ética jornalística que existe em língua portuguesa: *A Regra do Jogo*, de Cláudio Abramo (1998). É uma obra que traz a metáfora da ética do marceneiro, em que deve-se colocar no lugar do martelo e do prego, entendendo quem bate e quem será batido. Essa é uma reflexão sobre o colocar-se no lugar do outro, principalmente saber se o outro, retratado em sua reportagem ou notícia (ou outro tipo de conteúdo jornalístico), gostaria do tratamento dispensado. Em notícias factuais é um dilema, mas, por mais que erremos (e erraremos!) os ensinamentos de Cláudio Abramo (1998) são de utilidade incrível.

Por isso, mais que aventa-se que quaisquer debates envolvendo o Jornalismo e os sistemas de Inteligência Artificial generativo, devem passar por uma perspectiva conjunta sobre eticidade. Pois, ao menos por enquanto, as máquinas ainda não conseguem distinguir muito sobre o fato de colocar uma imagem de um corpo ou não, só para exemplificar. Para elas, via suas programações, se ocorrer um acidente automobilístico, por exemplo, e fotos circulam em redes não jornalísticas, aquelas fotos (por estarem em vários dispositivos) são legais para serem veiculadas.

Estes são pontos a serem mais aprofundados a seguir.

4.1 – Antes de tudo, um mais que aprofundado debate ético sobre a temática

Mesmo já estando em fases posteriores da Era da Informação e do período do fetiche da velocidade, metáfora criada nos primeiros anos de eclosão dos primeiros sites webjornalísticos do País por Sylvia Moretzsohn (2002), nota-se que a ética continua sendo uma temática necessária e premente ao Jornalismo, pois, mesmo com tantos instrumentos de checagem, de pluralidade de ideias e de tantas maneiras de informar-se, temos a sensação de que cada vez mais os conteúdos não estão mais completos.

No livro **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?** de nossa autoria (Berti, 2023) fazemos questão de trazer algumas reflexões, que ampliamos aqui, principalmente na perspectiva das eticidades. Uma delas é se você já experimentou entrar em um site qualquer da Internet, notadamente os que oferecem (direta ou indiretamente mercadorias), olhar um produto, e, mesmo sem tê-lo escolhido e/ou desistido da compra, segundos depois, mesmo estando em sites totalmente diferentes, aparecem comerciais daquele mesmo produto e esses comerciais ficam, por semanas, incomodando você e aparecendo insistentemente em tudo que é canto das páginas que você vê? Isso tem se tornado cada vez mais recorrente e comum, por mais que haja a Lei Geral de Proteção de Dados (número 13.709, de 2018) (Brasil, 2024), nota-se que ela é muito pouco respeitada e até divulgada. Em seus 65 artigos traz um compilado, mais que importante, sobre os direitos de proteção de nossos dados e como eles devem ser tratados pelas empresas. Uma das consequências diretas desta lei é que quando vamos acessar um site pela primeira vez aparecem aquelas mensagens de

aceitarmos ou não os cookies. Ali é a nossa autorização, ou não, de que autorizamos aquele site a recolher uma série de informações (mais que preciosas para eles, e quase sempre nada para a gente) sobre localização e até hábitos. Alguns sites só autorizam o progresso do acesso caso concordemos em ceder essas informações.

Continuamos dizendo, tanto em nossas aulas, como em palestras e escritos, o exemplo clássico de uma loja nacional (que tem uma série de co-empresas) no ramo de calçado e vestuário que parece um carrapicho em grudar e ficar mandando sugestões de produtos para a gente em um simples acesso no site. Entrou lá uma vez (nem que seja por somente alguns segundos) e, durante semanas (comigo foi quase um semestre inteiro) aquele produto fica aparecendo em todo tipo de site, mesmo os que não tenham nada a ver com calçados e vestuários. O mesmo acontece quando você clica em um link patrocinado do *Instagram* ou de alguma outra rede social. Em questões de segundos, todos os produtos parecidos com aquela demanda (seja qual for, de que área for) que você clicou vão te perseguir por quase 24 horas e vão ficar aparecendo a cada quatro ou cinco posts em sua timeline, a título de “sugestão”. Sistemas de I.A. terminam sendo responsáveis não só por entender esses passos, mas para direcioná-los melhor para cada tipo de consumidor.

Esse é um dos pontos éticos sobre o que nossas procuras, o que nossos dados e o que as empresas têm feito com nossos fluxos informacionais na contemporaneidade e muito utilizados também por mecanismos de Inteligência Artificial, inclusive impactando também o Jornalismo.

Lembramos que essa culpa não é do aparelho (computador, tablet, celular, etc.), mas como nós operamos e

como outros humanos, utilizam-se dessas ferramentas, balizadas pela Lei, e autorizadas por nós mesmos, entremeio a nossa privacidade.

Em momentos como esses George Orwell (2021), em seu livro 1984 (o que muita gente fala que inspirou o fenômeno comunicacional do Big Brother), prova o quanto estamos sendo mais que vigiados. A metáfora da obra de Orwell, ainda nesta terceira década do século XXI muito lida, nos instiga também a entender o jornalismo entremeio a esse processo, suas dificuldades, virtudes e consequências contemporâneas.

Como o Jornalismo tem atuado e tem sido um meio de divulgação, ou, em vez de divulgar e atuar em conjunto com essas ferramentas, tem sido utilizado por ela para seus fins? Como o jornalismo tem sido deixado de lado para dar lugar a outras demandas mais consumistas, destacadas ao bel prazer dos mecanismos de busca? Qual a garantia de que o que é buscado realmente é o que há disponível? Ou privilegia-se alguns em detrimento de outros? Por quais motivos?

Entremeio à polêmica é fato que também há novos e positivos mecanismos para o Jornalismo e suas mediações inspirados na Inteligência Artificial. Esses pontos permaneceremos debatendo.

Dora Kaufman (2016), muito antes da eclosão da geração ChatGPT, em termos de Inteligência Artificial, já alertava para alguns pontos sobre as perspectivas éticas dessa área. O primeiro é a questão do controle humano sob os sistemas inteligentes, com ênfase nas perspectivas de controle versus autonomia; a segunda é sobre o controle de incorporação aos sistemas inteligentes dos valores e dos princípios humanos, os chamados *machine ethics*.

Dora Kaufman (2016), já apresentava também oito reflexões sobre essas duas perspectivas éticas, listadas no quadro a seguir:

QUADRO 4 – PERSPECTIVAS ÉTICAS SOBRE CONTROLE X AUTONOMIA E CONTROLE X INCORPORAÇÃO DO CONTROLE HUMANO SOBRE OS SISTEMAS INTELIGENTES DE I.A.

(a) sentido da perspectiva antropocêntrica (humana centric);
(b) viabilidade de equacionar a autonomia dos sistemas inteligentes e a preservação do controle humano (problema ontológico: compartilhar sistemas cognitivos vs autonomia);
(c) como incorporar aos sistemas inteligentes conceitos como consciência e intuição;
(d) complexidade versus imprevisibilidade;
(e) significado e as ameaças de uma “superinteligência”;
(f) divisão de funções na sociedade do futuro;
(g) conciliação entre regulamentação e não inibição do desenvolvimento;
(h) papel do governo, do setor privado e da academia (termos da colaboração).

FONTE: Kaufman (2016).

Nick Brostrom (2016; 2024) destaca que o problema de controlar o que as super inteligências artificiais farão (na época elas ainda não estavam em usabilidade), já que elas podem impedir os humanos de substituí-las ou de mudar suas preferências.

Desde 2016 que assuntos sobre ética e Inteligência Artificial vem sendo debatidos. A primeira delas ocorreu entre 14 e 15 de outubro daquele ano na New York University, nos Estados Unidos, sendo refletidas temáticas sobre moral de máquina, ética de máquina, moralidade de I.A., entre outros. Um dos pontos mais destacados é tentar levar os sistemas de Inteligência Artificial a atuarem como membros adultos de nossa sociedade.

4.2 – Como ficam as quatro interfaces básicas das mediações informacionais com os sistemas de Inteligência Artificial? A pauta, a apuração, a edição e a veiculação das notícias

Ao adentrarmos nas práticas das mediações jornalísticas (ou informacionais) propriamente ditas temos a oportunidade de refletir sobre as quatro grandes interfaces de um produto noticioso (ou que, pelas regras básicas do Jornalismo, deveria ser, inclusive constantemente e diariamente), seja ele uma simples nota, uma notícia (que é o mais comum atualmente), uma reportagem (gênero mais nobre) ou uma entrevista (conjunto de perguntas e respostas), independente se é para uma mídia impressa, ou radiofônica, ou televisiva ou multimidiática (sendo para um site, uma rede social ou outro tipo).

Todas elas são cruciais e necessárias ao processo e, mesmo que não andem juntas, muitas vezes, são os princípios básicos organizativos, e necessários, das conhecidas rotinas produtivas, conceito muito bem trabalhado por autores como Bruno Ferreira (2022); Cleofe Sequeira (2005); Erick Neveu (2006); Heródoto Barbeiro e Udo Simon (2019); José Marques de Melo (2012); Márcia Silva (2014); Mauro Wolf (2012); Nelson Traquina (2020) e Roseli Figaro, Rafael Grohmann e Cláudia Nonato (2013) para explicarem como é a organização da notícia e dos trabalhos redacionais, principalmente neste século XXI.

Inclusive, essa é uma das interfaces diferenciais do trabalho jornalístico profissional para a função amadora ou que se acha jornalístico pelo simples fato de aparecer lendo, falando ou postando fotos ou vídeos como se fossem verdades, pura e simples.

O Jornalismo (com J mesmo!) passa por uma organização com pauta, apuração, edição e veiculação. Ou, ao menos, deveria passar!

Para quem não é do campo jornalístico, ou está dando seus primeiros passos nele, cabe destacar que essas quatro interfaces são essenciais para uma boa matéria (produto jornalístico) chegar a seu dispositivo (seja virtual ou físico) para ser lido, ouvido, visto ou tudo isso junto. Claro que, dependendo do tipo de notícia e de sua correria, muitas vezes os processos são abreviados, como a pauta e a própria edição, que é o caso das transmissões ao vivo, mas a apuração e a eticidade na veiculação são bens indispensáveis ao bom Jornalismo e nunca devem ser deixados de lado.

Lembrando que, dependendo do autor que você ler sobre essas interfaces do bom Jornalismo (há dezenas de bons livros sobre), haverá outras classificações, mas estas são as que achamos mais pedagógicas e mais fáceis de compreensão dos processos jornalísticos.

Esses quatro processos fazem parte da maneira de se vivenciar, desde o ocorrer ou organizar dos fatos já ocorridos, passando para o encontro com a pessoa que lê, ou escuta, ou vê ou faz tudo isso junto por meio dos dispositivos jornalísticos, além do mais, tem a oportunidade, contemporaneamente falando, de interagir e de participar.

Compreendamos, a partir de agora, como cada uma dessas quatro interfaces têm sido atingidas e modificadas em tempos de Inteligência Artificial generativa no Jornalismo.

Convido você a dizer qual foi o mais impactado a seu ver (caso seja uma pessoa consumidora de notícias) e de praticar (caso você seja uma pessoa do Jornalismo).

Adentremos...

4.2.1 – A pauta – aqui nasce a notícia – seja via um acontecimento quente ou algo frio

Toda notícia nasce de uma pauta, seja ela natural ou articulada. Inclusive, até se ela for feita por um sistema de Inteligência Artificial, a pergunta que você faz ao sistema, inclusive pedindo uma pauta, já se caracteriza como algo pautável.

Uma pauta é um acontecimento natural que gera atenção do público geral ou de determinados públicos específicos, sejam eles comunitários, locais, regionais, nacionais ou internacionais. É o que, jornalisticamente falando, é chamado de critérios de noticiabilidade. Eles são os ordenamentos dos jornalistas sobre série de perspectivas que mudam de lugar, fato, pessoa envolvida e que termina sendo o motivo da escolha da pauta (e das outras partes do material jornalístico).

Esses conceitos são muito bem destacados por: Carla Rossignolli e Cláudia Campos (2016); Claudiane Carvalho (2020); Gislene Silva, Marcos Silva e Mário Fernandes (2021); Maria Pilar Diezandino Nieto (2015); Mauri König (2018); Nilson Lage (1986; 1999; 2001; 2005; 2007; 2021) e Nívea Bona (2017), só para citar algumas boas obras para o entendimento das pautas.

Se a Inteligência Artificial generativa faz parte do que está ocorrendo na sociedade, naturalmente, em termos de usabilidade e também das próprias pautas das mediações informacionais, é fato que esse sistema também faça parte do Jornalismo, da vida dos jornalistas e seja consequente no que é consumido a título de jornalismo.

Então, será que é natural usar sistemas do tipo para tentar encontrar ou melhor redigir pautas?

Por exemplo, quando damos uma *googlada*, atrás de mais informações é uma aeticidade?

O que se questiona é até que ponto há uma grande transformação e também como os dispositivos de Inteligência Artificial podem fazer algumas atividades, notadamente as informáticas relacionadas ao apurar, compartilhar, organizar e dizer pontos que seriam necessários centenas ou até milhares de humanos para fazer no mesmo espaço de tempo e agilidade?

E até que ponto as máquinas estão substituindo os seres humanos nas mediações informacionais?

Se hoje temos à disposição uma série de sistemas informáticos que nos permitem conhecer, em diversas línguas, dialetos e até vertentes, uma série de conteúdos, é graças a Inteligência Artificial e suas consequências e evoluções, que tem aprendido, via seus sistemas (cada vez mais ágeis e eficazes), como os seus usuários se comportam, inclusive no mecanismo de buscas de notícias e fatos do momento.

A usabilidade dessas ferramentas são a mola propulsora dos sistemas de aprendizado.

Uma procura por termos, história, vertentes, origem de imagens e vídeos no Google e outros sistemas, chamados de buscadores, nos prova o quanto o Jornalismo foi desafiado frente à memória pessoal dos jornalistas e de seus famosos arquivos em papel (ou outros dispositivos analógicos) tão comuns até o final do século XX. Ou seja, nessa interface, por si só, houve outra grande transformação. Será que os sistemas de Inteligência Artificial generativa não são outra evolução sobre?

Na minha época de redação (entre o final do século passado e início deste século, principalmente, e trabalhando

inicialmente em jornalismo impresso e depois no campo webjornalístico) um profissional de imprensa ligado à política que tinha uma agenda com os telefones dos principais parlamentares, autoridades em geral e membros dos executivos, era alguém considerado muito bem informado e relacionado, pois ter o telefone atualizado de cada uma dessas pessoas que detinham o poder no município, no estado e na esfera federal, era uma conquista diária e feita, uma por uma. Esses telefones eram conseguidos quase que invariavelmente por contatos cara a cara com essas autoridades e repassados após uma boa relação de confiança. Assim também eram os profissionais que trabalhavam com o colunismo social, no setor esportivo e em várias outras áreas jornalísticas. A relação cara a cara garantia melhores notícias. Ter as melhores fontes era poder encontrá-las ou então poder ter o telefone, principalmente o celular privado, delas. Era um caminho bem aberto para ter matérias e declarações exclusivas que faziam a diferença no rumo dos noticiários e sucesso no que era veiculado nos meios.

Atualmente, continua-se premente ter-se o número de telefone celular, mas as conversas, apurações e checagens, muitas vezes são feitas por *Whatsapp* ou outros programas de conversação, ou ainda até pelos mecanismos de diálogos de redes sociais, como o *Instagram* e o *Facebook*. Na maioria dos casos não se fala mais com a fonte, mas sim com os seus assessores (de imprensa), jornalistas bem treinados e com vasta experiência redacional, que muitas vezes falam por seus assessorados ou instituições que assessoram.

O que acontece é que, muitas (ou na maioria das) vezes, quem responde nunca é mais o personagem, mas sim

a assessoria ou alguém que está próximo, perdendo a essência da resposta em si e tendo-se algo mais bem trabalhado ou até pasteurizado. Ou seja, há a transformação da fonte e de suas declarações, bem como essas são veiculadas, inclusive com uma nova tônica, que são as notas à imprensa. Ou seja, todo mundo dos meios jornalísticos recebe a mesma resposta.

Outro ponto é que muitas vezes os profissionais de imprensa não solicitam a oitiva da pessoa em si, ou seja, uma fala, mas pede-se a emissão de nota ou comunicado. O que termina por cumprir, mesmo que com hiatos, a vertente do jornalismo de tentar ouvir o outro lado. Destaca-se que essas práticas advém não só do Brasil, mas atualmente são praticadas em boa parte do planeta em que há liberdade de expressão e de imprensa.

Jornalisticamente, não é aético, e muito menos desabonador, a utilização da mediação desses tipos de procedimentos, mas é fato que perde-se muito a essência de uma entrevista ou apuração in loco, em detrimento a uma apuração virtual, muitas vezes compartilhada por terceiros e não propriamente dito o personagem.

Uma nota tem o poder informativo, sim.

Mas, olhar cara a cara para a personagem e ter as sensações positivas ou negativas de olhares e trejeitos, torna o compartilhar tudo isso muito mais próximo do que espera uma parte do público. É claro, como já destacado no capítulo anterior, que há uma outra parte do público ávido pela informação rápida e superficial. Então termina sendo campo fértil para sistemas computacionais, principalmente os generativos, por isso, principalmente os jornalistas, devem atentar para essas interfaces.

Quem trabalhava mais com as questões de memória, ainda no Jornalismo de outrora, principalmente quando queria entender sobre determinados fatos e fenômenos recorria a um profissional que nem existe mais atualmente nas redações: o arquivista.

Cheguei a trabalhar com alguns e era comum pedirmos a essa pessoa (ou essas pessoas – dependendo do tamanho da redação tinha mais de uma) recortes antigos de grandes fatos e fotografias, disponíveis nos arquivos.

Por exemplo, determinado político ia voltar ao poder. Determinado time voltou à divisão, ou então matérias já feitas sobre alguma área: tudo isso era disponibilizado por esse tipo de profissional, que ficava na redação. O arquivista sempre estava pronto e tinha boa memória para ampliar as possibilidades de pesquisa, tudo isso repassado para informações e feitura dos materiais.

Na área de TV e rádio (que são veículos eletrônicos), principalmente, esse sistema ainda é muito útil, mas os arquivos contemporaneamente estão praticamente em sua totalidade, digitalizados e arquivados na nuvem (de maneira virtual em redes de computadores).

Os sistemas informáticos e, principalmente, os buscadores (o mais famoso deles é o Google), promoveram uma revolução na quantidade de informações disponíveis para cada pessoa.

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

para a redação. Sem falar nos próprios sistemas de buscas públicos, hoje a alcance de quaisquer pessoas (seja de redação ou não) carecendo apenas de um computador interligado à internet.

Mas será que esse é um mundo ou o mundo mesmo?

Ou seja, é o que realmente queremos entender, ver e compreender, ou o mundo que o computador, por meio de seus sistemas de padronização nos coloca?

Sabemos realmente buscar e como buscar?

Vocês já notaram que os buscadores, em quaisquer pesquisas, também nos apresentam anúncios e, por muitas vezes, outros conteúdos direcionados a venda o a alguns “parceiros”?

Não sejamos ingênuos que esse direcionamento não atenda a interesses comerciais, inclusive, é nítido o fato em quaisquer buscador, que haja as mensagens “patrocinadas” primeiro e, notadamente nas páginas iniciais dos mesmos há uma série de links direcionados para grandes empresas ou para interesses de quem patrocina.

Por isso, e para o restante de todo este livro, fazemos um grande desafio: será que é o pesquisar em si e ter um mundo disponível a um clique?

Ou saber filtrar entremeio aos pré-filtros existentes sobre o que gostamos de pesquisar?

Para tanto, até que ponto a parte da apuração, também é afetada jornalisticamente pelos sistemas de Inteligência Artificial generativa?

A apuração torna-se mais importante que a pauta propriamente dita? Ou o trabalho jornalístico, depois das I.As. começa mesmo e praticamente somente com a apuração?

Qual sua opinião?

4.2.2 – A apuração – o maior segredo jornalístico do processo

Se na pauta há uma possibilidade muito grande de convivência entre sistemas de Inteligência Artificial generativa com elementos do próprio Jornalismo, como já foi destacado anteriormente (principalmente para ampliar e trazer mais elementos pautáveis), é na apuração que enveredam as maiores preocupações do processo. Também é nesta fase que, caso os jornalistas, ou profissionais que atuam no jornalismo, enveredem sem preocupação ética de trazer todos os lados, podem ter seus postos de trabalho perfeitamente substituídos por I.As.

Com praticamente todas as temáticas sendo reverberadas em redes sociais e em sistemas de buscas já tradicionais, como o próprio Google, qualquer assunto, em minutos, ganha escala planetária ou tem uma série de versões.

Às vezes, dependendo se for assunto envolvendo disputas políticas, futebolísticas e religiosas, há até dezenas de versões, em segundos, de um mesmo fato e histórias terminam virando estórias a dar inveja em qualquer literato, dado a fantasia colocada como verdade nesses materiais.

Pois, principalmente em fatos mais trágicos ou inusitados, muitas vezes vemos uma maior preocupação da pessoa comum em filmar, fotografar ou captar um áudio, a até chamar as autoridades competentes para tomar providências. Isso é muito constante em acidentes de trânsito, situações policiais, desastres da natureza ou fenômenos alheios a cotidianidade. Esses materiais terminam ganhando status de verdade e instigam os veículos jornalísticos, que terminam colocando, na íntegra essas informações, mesmo estas

carecendo de muito maior aprofundamento e, conseqüentemente, de apuração, que é trazer mais elementos sobre o fato.

Experimente: muitas vezes um vídeo, uma foto, uma gravação, ou polêmica, ou de um fato extraordinário, chega mais rápido a grupos de *WhatsApp*, a perfis no X (ex-*Twitter*), no *Instagram*, no *Tik Tok*, no *Kwai* e em outras plataformas não diretamente jornalísticas.

Vocês sabem os motivos?

Justamente porque o Jornalismo tem a missão de apurar, de conferir, de ver os lados, de checar, de só veicular se realmente é verdade.

Por isso, é mais que lógico que só seja noticiado, independente que a plataforma seja impressa, radiofônica, televisiva ou multimidiática, depois de cumprido essas missões de checagem.

Lembro muito bem de um conselho que recebi nos meus primeiros dias como jornalista: na dúvida, não veicule, pois uma carreira jornalística pode ser acabada (e já vi muito isso acontecer, infelizmente) por uma notícia errada veiculada.

Então o Jornalismo já perde para as redes sociais por quase sempre estar veiculando depois?

Pelo contrário, ganha a verdade, o bom Jornalismo e quem ainda acredita nos meios bons e verdadeiros. Por isso, no capítulo adiante, falaremos sobre as questões de educação midiática e a importância de separar o joio do trigo nesse processo.

O que tem ocorrido é uma pressão de quem consome materiais em uma rapidez e efemeridade e, principalmente, nos meios que se dizem jornalísticos e se balizam de informações, muitas vezes duvidosas e sem o mínimo de

checagem. É um vício instigado em dopamina (hormônio do prazer) em que somos viciados em sempre querer mais e mais rápido. É quase como uma droga. Fato que deve ser combatido pelo Jornalismo.

Esse termina sendo um perigo para os jornalistas, pois podem se confiar na Inteligência Artificial, que se confia no aprendizado sobre a veiculação de determinado fato por pessoas alheias ao jornalismo e o que acontece é o que vemos muitas vezes, fatos tidos como informativos e que terminam chegando ao grande público e sendo mais mentira que uma nota de três reais.

Certeza que você, por várias vezes, viu esses meios e as informações de veículos não jornalísticos terem de desmentir ou retirar informações do ar ou ainda a passarem vergonha em comentários.

Em uma crescente, infelizmente, os próprios veículos tradicionais têm caído nesse perigo. Há três grandes motivos, e um, mais infelizmente ainda, tem de consonância com a Inteligência Artificial, principalmente nesse processo de apuração, facilitado pela gama de informações de um simples clique e pergunta em um sistema de I.A. generativo.

Pois, é mais fácil ir atrás da informação, deslocando-se, buscando fontes oficiais, ouvindo lados ou, saindo-se das redações, ou, na frente de uma tela, no conforto de um lugar, fazer a pergunta ao sistema de Inteligência Artificial que, certeza, não deixará você sem uma resposta?

O primeiro deles é cair na tentação de veicular, em cima do próprio fetiche da velocidade, o mais rápido possível, acompanhando o movimento de concorrentes e das próprias redes sociais (a maioria longe de serem veículos jornalísticos ou serem de jornalistas com credibilidade).

O segundo é o não aprofundamento, confiando em fontes (geralmente fonte, ou seja no plural), principalmente de fatos que estão ocorrendo ou até copiando a concorrência, na maior cara dura.

Muitas vezes pontos de vista são dados, acredita-se em vídeos postados, recortados (ou de propósito ou trazendo apenas uma visão de uma das pessoas) que geram, claro, indignação.

Mas há um princípio quase sagrado no Jornalismo profissional: toda história tem sempre três lados, os dois das pessoas ou instituições envolvidas e a verdade.

O terceiro ponto, mais perigoso ainda, é confiar nos sistemas de Inteligência Artificial principalmente na apuração de notícias. Esses sistemas, acompanhando os fluxos, oferecem, praticamente em tempo real, o que se considera informações. Mas será que essas informações realmente são verídicas?

Então é um ponto mais que reflexivo, principalmente em uma apuração de um fato que ainda está acontecendo ou que está no calor da emoção, os sistemas de Inteligência Artificial, certeza, trarão um texto ou até possibilidades de vídeos sobre o que supostamente está ocorrendo, pois acompanham o fluxo de não jornalistas, mas será que essas informações realmente não seriam válidas apenas para ajudar na apuração do que ser a total apuração no processo?

Assim, igual ao que acontece na apuração, tão necessária no Jornalismo, um fator preocupante no processo é a questão da edição, já tecnologicamente possível há anos ser melhorada por meio de sistemas de Inteligência Artificial.

Vejamos agora os motivos e polêmicas dessas interfaces para o próprio Jornalismo.

4.2.3 – A edição – saber mediar corretamente para retransmitir bem os fatos

Editar é um arte, seja no campo jornalístico, no campo publicitário e até em outras áreas da Comunicação em geral. Pois é transformar o material de campo, traduzindo-o para a linguagem de seu público, inserindo mais elementos para que aquele produto seja mais palatável e atrativo.

Nem todos os bons apuradores são bons editores. Nem todos os bons pauteiros são bons redatores e editores. E nem todo bom editor é um bom pauteiro ou apurador. E assim, por diante.

Um profissional que saiba pautar, apurar e editar é tido como um jornalista completo. Uma pessoa que saiba fazer tudo isso é cada vez mais rara no mercado e quando sabe é disputada, principalmente nas empresas de assessoria de comunicação.

Geralmente, ao adentrar em uma função jornalística, o profissional se especifica, inclusive na própria universidade, em alguma das áreas e até subáreas de uma redação ou de uma empresa de mediação informacional em geral, seja ela para a prática jornalística diária, em assessorias ou até em órgãos públicos e privados.

Nas próprias especificações e evoluções dos postos de trabalho, contemporaneamente mais fundidos, a função de editor, seja ele de texto, de som, de imagem, de entradas ao vivo, de cortes, ou de redes sociais, é de grande nobreza e de grande importância para as mediações informacionais.

Um material bem pautado, bem apurado, pode não ser bem veiculado se não houver uma boa edição. É

essa parte do trabalho jornalístico responsável por filtrar melhor os fatos e trazer melhores elementos para a

informação melhor chegar aos consumidores da informação, inclusive fazendo-os passar mais tempo consumindo os produtos informacionais e, conseqüentemente, dando mais audiência ao produto. Isso representa maior possibilidade de os jornais poderem cobrar valores maiores dos anunciantes, já que têm um público mais cativo e dedicado.

Desde as primeiras inserções de dispositivos computacionais, internéticos e até de Inteligência Artificial a edição tem sido a mais beneficiada e, ao contrário, da apuração, os sistemas de Inteligência Artificial generativo são, e devem, ser mais que bem vindos, desde que não ultrapassem os procedimentos éticos como, por exemplo, a inserção de falas inexistentes, de imagens irreais ou a truncagem de textos, imagens e vídeos para uma midiatização propositalmente maliciosa ou desonesta.

Já existe em todo o mercado uma quase infinidade de filtros (das mais diferentes perspectivas), mecanismos e outros elementos que tornam os processos de edição mais completos, com melhor qualidade e em equipamentos cada vez com preços mais acessíveis. Inclusive, atualmente há vários aplicativos para dispositivos móveis (notadamente celulares) capazes de fazerem edições com ótimo padrão de qualidade.

E, com a ampliação e popularização dos sistemas de I.A. nos ambientes jornalísticos essas fazem parte da maioria do trabalho dos profissionais de edição. As Inteligências Artificiais ajudam em aumentar a qualidade dos produtos e também diminuem o tempo em que as edições são feitas, ocasionando mais momentos para dedicações em melhor editar ou, no pior, diminuindo a quantidade de profissionais da área.

Então, uma lição sobre a importância dos sistemas de I.A. para o processo jornalístico da edição é que ela é importante sim, mas, se o próprio jornalista (muitas vezes pressionado em fazer todo o processo – algo cada vez mais comum, muitas vezes pelo mesmo salário de uma única função) confiar, pura e simplesmente para a Inteligência Artificial fazer o processo, ocorrerá o mesmo efeito colateral já debatido sobre a apuração.

Por que precisar de um ser humano para fazer o processo se a máquina o faz por completo?

Por isso, um alerta dado aqui não é sobre a utilização, mas sim a dependência dos sistemas de I.A. e da própria máquina.

Trazer todas as atividades e deixar a máquina fazê-la, sem dar o toque final (e ainda essencial) enquanto humano, pode fazer com que uma mesma máquina, ao aprender padrões, ou ao ter padrões previamente dados, fazer o básico e também tirar postos de trabalho de profissionais dedicados a edição.

Isso nos faz, já alertando para todos os processos jornalísticos, trazer uma reflexão bem nevrálgica: se dependemos de tudo e damos esse tudo para a máquina executar e os sistemas executarem: precisamos de seres humanos operando esses processos por que?

Por isso, ao menos nos próximos anos, dizemos, com toda certeza, o material bem feito, para um público bem educado e ciente da qualidade e da necessidade das boas informações, não serão substituídos pelas máquinas e os sistemas de Inteligência Artificial, mas estes devem ser, sim, mais que conhecidos e utilizados nos processos de finalização e melhoria técnica no dia a dia jornalístico.

4.2.4 – A veiculação – não adianta ter um produto incrível se não souber distribuir, socializar e não chegar aos públicos

A veiculação é um processo de finalização do material jornalístico e depende menos dos jornalistas e mais das empresas, pois é a forma de fazer chegar, em horários adequados e momentos certos ao público que vá consumir o material. Assim como a pauta, a apuração e a edição: sem a veiculação, não há o processo jornalístico por completo. Ou seja, o material emitido precisa chegar ao público receptor.

A veiculação consiste na distribuição de jornais, revistas e livros, quando os produtos são impressos; bem como na transmissão ou retransmissão eletrônica, quando os veículos são eletrônicos, como é o caso das emissoras de rádio e TV, ou então na algoritmização dos produtos circundantes pela Internet.

Os sistemas de Inteligência Artificial são importantes nesses processos, pois podem prever horários adequados de consumo, bem como dias, balizados em padronização da audiência e ainda nos horários e formas de mediação em que a concorrência não está fazendo adequadamente.

Principalmente nos veículos eletrônicos, as I.As. conseguem ótimos resultados e terminam suplantando a maneira empírica de tentar instigar o consumo dos produtos jornalísticos sem ter uma real noção de seus públicos.

Por mais que os públicos sejam pequenos, em lugares menores ou de audiência ainda em construção, é mais que necessário conhece-los.

Mediante essas reflexões sobre a pauta, a apuração, a edição e a veiculação, questiona-se: os jornalistas perderão seus espaços para os sistemas de Inteligência Artificial?

4.3 – As pessoas do Jornalismo perderão seus espaços? A Inteligência Artificial substituirá quem faz Jornalismo?

Quando os computadores foram implantados, aos poucos e timidamente, nas redações (ainda no final do século XX), houve um alvoroço e um receio muito grande por boa parte dos jornalistas na preocupação de que haveria demissões e perda de postos de trabalho.

Quando as câmeras fotográficas digitais foram popularizadas, inclusive entre jornalistas, houveram transformações na área fotojornalística, principalmente porque profissionais de laboratório (que antes revelavam e ampliavam as imagens para os jornais) começaram a perder os postos (tidos então como não necessários), principalmente porque, como trabalhavam com produtos químicos eram funcionários que custavam mais às empresas.

Lembro que quando comecei a me interessar por telejornalismo, ainda estudante do final do então Ensino Fundamental (na época em que existia da primeira à oitava séries) uma equipe de TV era composta, no mínimo, de quatro pessoas: o repórter, o cinegrafista, o operador de áudio (que carregava o gravador do equipamento) e o motorista. E nas emissoras dos grandes centros essas equipes ainda eram complementadas por uma pessoa que fazia a produção.

Atualmente, com raríssimas exceções, as equipes de TV são compostas para trabalhos de campo por, no máximo, duas pessoas: o repórter e o cinegrafista.

Ambos continuam utilizando um veículo, mas que é conduzido por um dos dois (geralmente o cinegrafista). Mas, em alguns casos, até a figura do cinegrafista também tem sido deixado de lado, pois o próprio repórter, em vários casos, tem

utilizado aparelhos *smarthphones* (muitos com tecnologias de qualidade de cinema – em imagem e em som) para fazer as reportagens. Por exemplo, várias das principais emissoras televisivas *all news* (especializadas em notícias) utilizam desse expediente, principalmente porque, para eles, o mais importante é a informação e não mais a qualidade estética. São as famosas *euquipes*. Essa prática é internalizada por boa parte dos mediadores informacionais que atuam em canais do *YouTube* ou fazem conteúdos para o *Instagram* e *Tik Tok*.

Esses são alguns dos muitos exemplos que podemos encontrar no mundo das novidades tecnológicas e que têm feito mudar as redações jornalísticas ou as práticas das mediações informacionais fora do ambiente redacional. E olha que nem adentramos ainda na Inteligência Artificial.

Dois fatos são prementes: o enxugamento quantitativo de profissionais, com redações cada vez com menor número de funcionários; e um ponto mais preocupante, no mesmo tom: os salários têm diminuído e são corroídos pelas inflações e, em muitos casos, até as garantias trabalhistas têm sido deixadas de lado, com uma grande gama de profissionais utilizando-se da figura de PJ (Pessoa Jurídica), ou seja, são emissores de notas fiscais avulsas, ou via empresas próprias ou cooperativas, em vez de terem carteiras assinadas e uma maior gama de direitos trabalhistas. É fato a ocorrência de desemprego e desigualdade econômica, bem como questões da responsabilidade sobre o que é feito e por quem é feito pelos sistemas de I.A. e ainda questões de segurança e privacidade de dados.

Não é só no Jornalismo que vive-se a *uberização*, neologismo criado para criticar esse tipo de situação,

comparando-se aos sistemas de economia compartilhada, tão presentes e usuais contemporaneamente, capitaneadas por empresas, como, por exemplo, a Uber, a AirBNB, gigantes dos setores tecnológico de compartilhamento de transporte e de aluguel de propriedades, que tem uma frota de milhões de carros, sem possuir nenhum carro e que tem milhões de quartos sem ter nenhum metro quadrado.

Mais um exemplo de como a tecnologia e a Inteligência Artificial são basilares nos processos contemporâneos e terminam engalfinhando e modificando as profissões, sendo que o bom jornalista de hoje, mesmo sendo muito conhecedor de questões de pauta, edição e apuração não tem uma garantia de futuro que seu trabalho permanecerá.

O certo, sem fazer alarmismo, mas sendo darwinista, em metáfora sobre a origem das espécies de Charles Darwin (2024), o jornalismo se modifica e continuará se modificando, evoluindo e adaptando-se a seu entorno. Particularmente falando, minha preocupação principal é com o público que consome e como consumirá informações após o advento e rapidez de tantas tecnologias via Inteligência Artificial.

Com tantas perspectivas seria de esperar que o jornalismo tivesse mais postos e os profissionais fossem mais valorizados, principalmente porque vivemos em uma sociedade em que a informação é a chave para tudo. Pois uma previsão do tempo bem informada é a diferenciação entre uma boa data para plantar ou para colher; uma queda de bolsa bem informada pode ser o momento certo para investir ou para liquidar o dinheiro para outras aplicações, até uma guerra do outro lado do mundo, se bem reportada, nos coloca a par de muitos fatos desse mundo globalizado em que sabemos que o que acontece em outras partes do planeta têm

influência direta em nosso dia a dia, como, por exemplo, para o pãozinho nosso de cada dia. Aliás, ele subiu muito nos últimos tempos por conta do conflito na Ucrânia, maior produtor do mundo de trigo, base para a fabricação de pães.

Mas parece (só parece, viu, não estou afirmando nada!) que há um conluio indireto para destruir a informação correta, e seus agentes, e colocar no lugar disso, principalmente no Jornalismo, uma sensação de estar informado e a utilização de outros métodos desinformativos, principalmente para garantir o status quo do *mainstream*.

Segundo o GlassDoor (2024), que traz estimativas de quanto ganham os profissionais brasileiros, até o primeiro semestre de 2024, a média salarial de um jornalista no Brasil era de R\$ 2.113,00 (praticamente um salário mínimo e meio em valores da época), montante que não dá para viver com dignidade em quase nenhuma cidade do País. O mesmo levantamento diz que o valor médio do salário de um repórter é de R\$ 6.613,00 mensais²⁸.

Então vale a pena ser jornalista?

Claro que sim, principalmente para quem a encarar como função social, compreendendo suas interfaces de meios de comunicação social, com responsabilidade social, inclusive para a própria valorização da área, tentando mediar, a todo custo, a verdade, com responsabilidade e não usando de subterfúgios, instigando o humano, pois, ao contrário disso, os sistemas de Inteligência Artificial generativa, têm aprendido com agimos, porque agimos e nossas previsibilidades, principalmente se agimos apenas por simplesmente agir.

²⁸ Dados relativos ao primeiro semestre do ano de 2024, com números cada vez mais destoantes, com perdas referentes às reposições inflacionárias.

4.4 – O Jornalismo ainda tem razão de ser e existir depois de tudo isso? Há uma luz no fim do túnel ou somos quixotescos combatendo moinhos de vento?

Vamos logo, e de maneira direta, responder, sim! Principalmente porque o Jornalismo (com J mesmo!, diferente do com j), sendo feito por pessoas compromissadas, éticas e cientes de seus potenciais e talentos, tem sua razão de ser e existir e sempre terá um público ávido.

O problema é: será que esse tipo de Jornalismo tende a ser mais ou menos massificado, inclusive chegando a um maior número de pessoas que precisam de mais informação?

Como vimos e debatemos anteriormente, a informação, principalmente a que realmente traz conteúdo, nunca foi para todos, sempre foi para uma elite, a mesma elite que utiliza desses dados para poder perpetuar-se no poder, no comando econômico e até ditando rumos culturais e sociais.

Por isso, nunca foi tão premente que as informações cheguem a maior parte da população ou, no mínimo a grupos silenciados para que não continuemos tendo a sensação de que muitos estão informados e outros acham que estão, em uma espiral silenciosa de desinformação.

Em termos acadêmicos, educacionais em geral, e sociais temos visto que o nível de leitura da população brasileira, principalmente em idade escolar, ou seja, em formação, está diminuindo.

Esses dados são refletidos pela pesquisa Countries' Reading Achievement, da IEA – International Association for the Evaluation of Educational Achievement (2021) que pesquisou os 57 países do Mundo e apontou o Brasil na vexatória posição 52, sendo que o Brasil, como reflete Letícia

Pille (2023), tem entre suas crianças uma das piores habilidades de leitura do Mundo.

O que isso nos toca?

Principalmente porque a nova geração (e talvez a depois desta – esperemos que não) é justamente a que estará em pouquíssimo tempo tendo contatos muito mais diretos com os sistemas de Inteligência Artificial tendendo a não encarar a leitura tradicional e nem a escrita.

Mas até que ponto isso não é correto?

Não é um sinal de evolução?

Principalmente porque precisamos instigar também o lado lúdico de nosso cérebro e muito do aprendizado só ocorre com a escrita e a leitura física. Kathryn Armstrong (2023) destaca que celulares, tablets e relógios inteligentes (os *smartwatches*) foram banidos nas instituições de ensino da Holanda. Igual lei já existe para estudantes de menos de 15 anos na França desde 2018. Esse movimento tem inspirado instituições educacionais de vários países do mundo, principalmente para tentar oportunizar às gerações o retorno de momentos de conversa presencial, pois notava-se que, mesmo em espaços coletivos uma grande maioria do alunado, mesmo estando fisicamente próximos (muitas vezes ao lado) utilizava-se de recursos de conversação via *Whatsapp* e estava atrofiando a capacidade de olhar no olho, tão comum (e necessário) antes do período internético.

Isso significa que aqueles países, que inspiram o movimento em vários outros, não são contra as tecnologias, pelo contrário, as incentivam, mas têm a noção de que é necessário um balanceamento.

Vivemos em um Brasil paradoxal, que, aliás, sempre foi paradoxal. Por exemplo, vivo no Piauí, uma das 27 unidades

federativas do País e que desde o século XX, é um dos mais pobres do Brasil, teimando em não abandonar essas piores posições.

Mas, paradoxalmente, esse mesmo Piauí sempre aparece nos melhores rankings das melhores escolas particulares do país, muitas delas bilíngues e com seu alunado quase sempre ocupando as primeiras colocações nos mais concorridos processos seletivos de entrada de universidades, principalmente as públicas. Muitas daquelas escolas baniram uso de celulares em sala de aula.

Ou seja, o problema não é a qualidade do ensino, nem o lugar em que é ensinado, mas, principalmente, o público cujo qual esse ensino é direcionado, sendo aumentado o fosso, cada vez mais, entre as melhores escolas, com formação muito mais holística e direcionada a líderes, tecnologia e negócios a uma formação mais geral, da maioria das escolas, entre elas uma parte das públicas, em uma formação básica, muitas vezes tentando colocar o alunado em realidades menos complexas em sistemas que muitas vezes não preparam nem para o mercado e muito menos para a vida, que é muito longe do mar de rosas das telas ficcionais dos *smartphones*.

Essas diferenciações terminam alimentando um paradoxo, que não é de hoje, sobre o conhecimento. O mesmo conhecimento que, principalmente depois do período pandêmico da Covid-19, tornou-se muito maior, visto que uma parcela, principalmente da geração que encontra-se cara a cara com a Inteligência Artificial e as modificações nas maneiras de consumir, nem que seja das suas formas, as mediações informacionais, passou quase dois anos praticamente em isolamento físico do Mundo.

Sem contato direto, tão necessário, mas paradoxal por causa da pandemia, paradoxal por conta da violência, crescente e assustadora, o simples fato de interagir com a vizinhança torna-se um paradoxo e as telas terminam sendo o lugar de socialização.

Se isso são apenas fases, não sabemos, mas os comportamentos cada vez mais em dispositivos digitais, instigam, naturalmente, uma entrada com mais fortaleza nesse ambiente. Uma fórmula perfeita para produtos de I.A.

Mas, nosso discurso não é uma questão de fatalismo e, muito menos, de lamento, mas otimista em relação ao que temos e podemos vivenciar, principalmente sobre o comportamento de consumo informacional.

Um dos caminhos, que não é uma novidade, mas, infelizmente, entre tantos assuntos pedagógicos, raramente é debatido com mais profundidade, é a própria educação midiática, de como podemos ser simples consumidores da informação (que fomos durante décadas e somos, mais ainda, mesmo em tempos de redes sociais e muita internet) a seres ativos no processo. Ou seja, a canalização desses saberes para a reflexão crítica profunda de como os meios fazem parte, de como fazemos parte do processo e até da própria perspectiva humanística do saber e entender.

Não é a sensação de participação, tão conhecida e defendida por alguns, principalmente no poder de falar e postar o que se quer, mas de fazer isso com consciência e atitude cidadã, de impactar com responsabilidade sobre o que é mediado. Pois, espaços para falar já temos em grande quantidade, mas será que temos o poder de falar para sermos realmente ouvidos em relação a edificação, ou por que, como é falado no mundo das redes sociais, precisamos colocar uma

melancia na cabeça para podermos ter alguém que compreenda o que estamos mediando?

Nessa corrida, o Jornalismo e a sociedade estão (muitas vezes) para trás, pois os sistemas de Inteligência Artificial, principalmente os que falamos neste livro, têm aprendido e direcionado discursos e vivências e podem, sem a real consciência e entendimento sobre o que consumimos em termos de Jornalismo, aumentarem essa alienação, principalmente se não tivermos as noções de compreendermos o que está por trás de tudo isso.

Não é fazemos uma guerra com os sistemas e as empresas, ou seja, não é julgar a paisagem pela janela, pelo enquadramento da mesma, mas, compreendermos os sistemas e utilizarmos a nosso favor, não o contrário, como tem ocorrido muito, ultimamente.

Como já temos dito em outros escritos e em outras falas (e fazemos questão de repetir): é praticamente impossível o ser humano competir com um sistema de Inteligência Artificial quando há uma comparação sobre sua capacidade de processamento de dados.

Um computador ou celular, mesmo os mais baratos, têm contemporaneamente boa velocidade de capacidade de processamento, com bons bancos de dados, conseguindo fazer uma série de experimentações, modulando métricas e desenvolvendo parâmetros que um ser humano demoraria dias e até meses para fazer.

Por isso, frisa-se a positividade dos sistemas de I.A. para o Jornalismo. São nessas interfaces, principalmente na mineração de dados, confrontação de informações, na lida do Jornalismo Investigativo (cada vez mais necessário) e em saber vivenciar e criar mecanismos para combater até o que

não é de tão lícito e tão ético no uso indiscriminado da Inteligência Artificial. Por outro lado, o segredo e talvez a garantia de que o fator humano permanecerá premente ainda à frente da máquina, é nossa capacidade de sensibilização dos fatos e até nossa imprevisibilidade de respostas e de reinterpretação das mesmas, notadamente ao sermos instigados a fugir de padrões.

Como também já trazemos em livro de nossa autoria (2023), por mais que os números e dados crus sejam importantes e digam muito em determinados parâmetros informacionais, será justamente a capacidade de interpretação e humanização dos fatos que tornam o campo jornalístico ainda uma área muito fértil de garantia de presença humana por muito tempo, principalmente se o Jornalismo continuar a gozar de credibilidade por parte dos públicos.

Mesmo havendo milhares de dispositivos, que tragam informações de vários pontos do Mundo, que instiguem previsões, caminhos e modelagens, fatos esses que defendemos muito para o aprendizado dos próprios jornalistas da contemporaneidade, também devem ser divididos com a capacidade de olhar, de ver, de sentir, de escutar e de transmitir tudo isso.

Nesse sentido, um dos principais desafios, inclusive prova, não é o combate jornalístico, e de seus profissionais, à Inteligência Artificial, mas entender, entremeio a seus processos e atos que a sensibilidade de entender o que está a nosso redor e também o que está em cima dos fatos, pode ser um caminho para intermediar as novas interfaces instigadas pela I.A.

Ponto-chave é o próprio combate do jornalismo sentido (tão comum e viciante), que é uma modalidade do profissional

das mediações informacionais raramente sair das redações, vivendo da mediação de fatos recebidos pelas redes sociais, aplicativos de mensagens ou então via releases das assessorias de comunicação. Nota-se que, com as mudanças contemporâneas do fazer jornalismo, muitos sequer se dão ao trabalho de sair às ruas, mas, balizados em um jornalismo declaratório (de falas) ou de especulação sobre o que é dito nas redes sociais, constroem suas notícias.

O jornalismo sentado, em vários momentos, inclusive no período da pandemia da Covid-19, foi uma maneira encontrada para que as mediações informacionais não parassem por completo.

Mas, com o retorno praticamente total das redações e das próprias necessidades organizativas das rotinas produtivas, há uma necessidade da veiculação dos fatos “em cima da notícia” e não um balizamento constante apenas do que é recebido pelos mecanismos anteriormente citados.

Kai-Fu Lee (2019) diz que a I.A. não vai acabar com as atividades humanas, mas, suas transformações advirão da maneira que os humanos vão realizar as atividades a partir de uma maior popularização desses dispositivos.

Para isso, compreendamos um pouco mais sobre as questões de Inteligência Artificial e sua história e entendamos que ela, sim, há tempos, vem positivamente também mudando a sociedade e evitando, inclusive, ampliação de guerras.

Em tempos de tantas conectividades, talvez a guerra maior seja a de narrativas.

Essas, as respostas são mais complicadas e profundas.

Avancemos e saibamos que o Jornalismo ainda tem muito a respirar, avançar e nos instigar!

4.5 – Tendências sobre a Inteligência Artificial e o Jornalismo. Devemos estar muito atentos no que ela tem feito, e fará. A Educação Midiática como chave coletiva e evolutiva para a resposta de um novo Jornalismo em tempos de I.A.

Há diversas tendências sobre a Inteligência Artificial e o Jornalismo, como foi muito explicado nos capítulos e tópicos anteriores deste livro.

Isso é dado, principalmente, a partir de que primeiro precisamos compreender e entender os potenciais da Inteligência Artificial, principalmente a generativa. Mesmo que discordemos e não nutramos muitas simpatias com esses sistemas, é mais que salutar que entendamos e, como qualquer tecnologia, procuremos compreender os pontos positivos e não tão positivos e tentar vivenciar em prol das sociabilidades contemporâneas.

Os primeiros pontos, de positividade, são interessantes, pois vivemos (e permaneceremos, a não ser que vamos nos isolar do mundo) em ambientes conectados e tecnológicos, onde os sistemas estarão presentes tanto para ajudar na emissão de notícias (para os jornalistas) como para a maneira em que são compartilhadas e chegam aos consumidores (a recepção das notícias) e suas possibilidades de interpretação e participação ativa no processo.

Os segundos pontos, de não tanta positividade, também precisam ser compreendidos, pois como combater algo se não o conhecemos? Como melhora-los se não temos familiaridade? Como evoluir se sequer sabemos com funciona e quais são suas reais intenções e quais as intenções por quem está por trás delas. Pois, as I.As. em si não têm a capacidade manipulatória por completo. Seus aprendizados,

cada vez mais rápidos e eficazes em se fazer de humanos, só ocorrem porque foram inicialmente programadas por humanos e repetem padrões humanos, bem humanos, principalmente nos nossos desvios éticos e morais.

Antes de pensarmos se a Inteligência Artificial vai dominar o Mundo e, principalmente o Jornalismo, precisamos lembrar se o Jornalismo ainda é dominado pela gente ou, no dia a dia estamos deixando as máquinas e o Sistema nos dominar?

A partir do momento em que confiamos, pura e simplesmente, textos para serem feitos pelas máquinas, sem ao mínimo apurarmos e procurarmos ver os fatos, sentindo-os, realmente precisamos reclamar das máquinas?

A partir do momento em que o próprio Jornalismo se desvaloriza apenas sendo replicador, algo que os sistemas de I.A. já têm feito, realmente precisamos de jornalistas?

Sejamos mais inteligentes que a Inteligência Artificial, sejamos, principalmente, bem naturais, muito humanos, demasiadamente humanos e retornemos, nem que seja só por algumas vezes por dia, a voltar a contemplar o cara a cara, o cheirar, o ver, o escutar e ao principal, e necessário ato em tempos de I.A., o desconectar.



5

Como se proteger de pseudo materiais tidos como jornalísticos? Lembrando que muitos deles são simplesmente feitos por Inteligência Artificial, para nos confundir e nos ludibriar

Este capítulo foi concebido principalmente para ser um mini-guia (ao menos nos campos provocativo e informativo) no intuito de trazer reflexões e muitas provocações para se evitar materiais pseudo jornalísticos, muitas vezes feitos por sistemas de Inteligência Artificial ou encaminhados, propositalmente e de maneira aética, para serem veiculados como verdades absolutas ou para transparecerem ser jornalismo de verdade.

Em tempos de que há a paradoxal multiplicidade de conteúdos, com vozes em todos os cantos, mas com poucos escutadores e reflexores, tentar compreender o Jornalismo, seus atores e entender quem faz parte da verdade dos fatos e os contemporaneamente medeia, com ou sem Inteligência Artificial, é o maior processo que podemos vivenciar.

O primeiro ponto a ser destacado é que nem tudo o que reluz é ouro, ou seja, nem tudo o que pode parecer uma notícia é realmente uma notícia ou algo seriamente jornalístico.

Mas como diferenciar e compreender algo que recebemos, entremeio a tantas informações em grupos de *Whatsapp*, em sites (dos mais variados, com as mais múltiplas temáticas, indo desde questões políticas, passando por perspectivas esportivas, culturais, de entretenimento e etc.), em redes sociais e até via SMS são verdadeiros ou não?

E, assim como falamos anteriormente, uma das chaves para mudanças e evoluções sobre nossas maneiras de vivenciar e evoluir em termos de identificar tudo isso, é a própria educação midiática, tão premente e necessária em todos os ambientes sociais.

Sobre essa temática, recomendamos os ensinamentos e reflexões destacados por: Adilson Citelli (2021); Ana Cláudia Ferrari, Mariana Ochs e Daniela Machado (2020); Cristiane Parente e Raphael Freire (2020); David Buckingham (2022); Elisa Morales (2022); Guillermo Orozco Gómez (2014); Matheus Cunha (2023) e Roxane Rojo e Eduardo Moura (2019).

Esses autores, só para citar alguns, alertam de maneira essencial sobre a importância, principalmente em nossa contemporaneidade, de termos uma maior cidadania comunicacional e maior presença, com corresponsabilidade em o que vemos, ouvimos, lemos, multimidializamos, e compartilhamos, bem como em ter mecanismos de compreender melhor as questões midiáticas em si. Carecemos entender os processos para poder separar o joio do trigo.

Essa separação, em termos de qualidade do que é trazido jornalisticamente está, principalmente, em não se deixar enganar e, notadamente, em não reverberar conteúdos duvidosos, cada vez mais crescentes e com potencial muito

perigoso de serem criados e espalhados via sistemas de Inteligência Artificial.

Outro ponto crucial para quem tem dúvidas sobre o que está lendo, vendo, ouvindo ou interagindo nas redes é: na dúvida, não compartilhe! Na dúvida, não comente! Pois é o comentar, o compartilhar, o reverberar que geram o (muito) engajamento, ou seja, o entendimento pelas redes, principalmente os sistemas de Inteligência Artificial, que aquela temática tem despertado curiosidade e, em vez dos sistemas recomendarem e até produzirem via conteúdos de qualidade, privilegiam a *esgotosfera* contemporânea.

É como no dia a dia, no boca a boca, quando temos um fato duvidoso e esse fato termina sendo reverberado porque alguém utilizou de recursos de fofoca para poder chegar a uma maior quantidade de pessoas. Esses tipos de reverberações são históricos, mas, se antes do boca a boca demorava semanas e até meses para viralizar, no período internético e de I.As. isso ocorre em segundos. O levar e trazer fatos duvidosos ganha milhões de novos espectadores rapidamente. E aqui está o perigo crucial entre o que é dito e o que deve ser dito. Talvez colocar-se no lugar do outro, exercendo a empatia, seja o pêndulo para sabermos sobre o que falar, o que espalhar e o que guardar para si.

Mais uma vez destacamos, se um fato é duvidoso ou pode gerar problemas a terceiros, que tal investigar mais, ir atrás de fontes múltiplas e mais seguras?

Por exemplo, temos atualmente milhões de sites noticiosos. Certeza que a maioria que chega a você, via grupos de *Whatsapp* ou até via redes sociais, nunca tinha ouvido falar. Por que será que, justamente aquele site, aquele meio, aquele lugar ou aquela pessoa que se diz mediadora de

informações é o que fala a verdade e não os que têm anos de credibilidade não são os que medeiam realmente?

Há uma crença, cada vez maior, que grandes grupos de comunicação terminam sendo manipuladores de notícias. Esses também, claro, podem se enganar, mas, como são empresas constituídas, têm sede conhecida e podem ser facilmente processadas, muitas terminam por filtrar melhor o que é mediado em seus meios.

O mesmo ocorre com os profissionais de imprensa que têm um nome e uma carreira a zelar. Não que o profissional não possa errar, mas a possibilidade deste errar é muito menor do que aquele que se acha jornalista pelo simples fato de falar algumas coisas e comentar alguns fatos, sem nunca ter passado por uma formação nas escolas formais ou na escola ética da vida.

Muitas vezes, a intencionalidade de um fato veiculado para ser notícia, mesmo não sendo, não é nem o fato em si, mas fazer chegar a um maior número de pessoas.

E, no período das redes, capitaneado pelo que uma I.A. pode fazer em qualidade de imagem e de textos, termina sendo muito mais fácil enganar o consumidor comum de informação.

Pois é fato que, com ou sem Inteligência Artificial, desde quando o jornalismo começa a existir que já havia a intencionalidade de utiliza-lo para a manipulação ou para fazer levar a crer determinadas verdades sob pontos de vista com viés. É o que, contemporaneamente tratamos por guerra de narrativas. Este é um termo muito modal e que representa uma verdadeira batalha, quase sempre com mais perdedores do que vencedores, sendo que a verdade é a parte mais vilipendiada desse processo.

5.1 – As guerras de narrativas, inclusive ampliadas pelas I.As.

As guerras de narrativas ocorrem no mesmo paradoxo de nos sentirmos mais bem informados sendo que, nas nossas bolhas, em ambientes físicos ou virtuais, terminamos por receber e reverberar apenas o que nos apeteçamos ou seja, é como se entrássemos, mais e mais nas bolhas, em vez de vivenciarmos (nem que seja às vezes) as outras bolhas ou a pluralidade de ideias, pensamentos e até discordâncias.

Não caímos em ingenuidades achando que as guerras de narrativa vêm do período das redes sociais.

Desde que o jornalismo é jornalismo há narrativas e pontos de vista de um lado e de outro, ou de lados que terminam sequestrando para si o que acham ser o monopólio da verdade.

O que diferencia o Jornalismo de outros tempos com o Jornalismo contemporâneo (em momentos internéticos e de Inteligência Artificial) é a quantidade de narradores, com cada um tendo um potencial incrível de narrativas, inclusive descentralizando os lugares para narrar e como narrar.

O que é, em termos de início e de reflexões maiores, como uma possibilidade de vozes múltiplas, pode ser também um desmascaramento de sistemas que se aproveitam dessa sensação para criarem grupos de narrativas.

Exemplo forte disso são os períodos eleitorais e também sobre questões culturais e identitárias. Pontos de vista são vendidos e divulgados como dogmáticos e terminam ganhando verdadeiros fã clubes e legiões voluntárias a partir de líderes de opinião. Às vezes uma ingênua interlocução transforma-se em uma política de cancelamento e de difamação de adversários.

É cada vez mais comum, ao menos pelo que tenho acompanhado em ambientes de consumo de notícias, acadêmicos e jornalísticos na prática, de determinados grupos e pessoas não consumirem determinados tipos de produtos.

Claro que isso também é uma relação de cidadania e de resguardar, como os próprios que se submetem a isso, destacam. Mas será que não seria interessante acompanhar o que quem não concordamos e não achamos tão simpático, que nos ajudaria, mais e mais a conhecer os fatos?

Por isso você já deve ter tido, ao menos uma vez na vida, a sensação, principalmente nos ambientes em que envolvam a Internet (sites, blogs e, principalmente, redes sociais, com ou sem Inteligência Artificial) que determinados assuntos aparecem com mais frequência do que outros, bem como, determinados perfis (de pessoas, instituições e empresas, também, inclusive até de gatos!).

Isso é mais uma prova do quanto os sistemas de algoritmo são fortes, inclusive, cada vez mais potencializados por sistemas de Inteligência Artificial, entendendo quereres, saberes e vontades, só que, a partir do momento que determinados recortes do Mundo são dados e fechados em uma caixa (as bolhas) as outras parte do planeta, do local, do regional, do nacional, terminam sendo deixadas de lado e, temos ou não o grande paradoxo de desconexão entre os conectados?

Claro que, tanto eu, quanto você e quaisquer outras pessoas não estamos, e muito menos estaremos, cem por cento livres de recebermos um material advindo de sistemas de Inteligência Artificial. E, pode ter certeza, cada vez mais estaremos vulneráveis a esses materiais, pois as máquinas têm aprendido muito com a gente. Mas, com a consciência, e

ação, de não espalharmos materiais supostamente noticiosos, já estaríamos fazendo um bem gigantesco ao próximo.

Se prestarmos atenção, veremos que, dia após dia, cresce o número de empresas especializadas em criar e espalhar fatos, muitas vezes de maneira sincronizada e, pasmem, utilizando perfis simples de fofocas ou de assuntos mais “bobinhos”.

Vários sistemas, principalmente de redes sociais virtuais, criaram mecanismos rápidos para evidenciar o poder de uma curtida (e, tempos depois, de uma descurtida) fazendo entender, ou levar a crer, sobre o poder de julgamento de quem consome.

Os sistemas de Inteligência Artificial, principalmente aplicados para fins enganosos, passando-se por Jornalismo (ou por algo que leve a crer que seja) terminam por aproveitar a credibilidade de alguns meios, utilizando não só cores padrões, mas estilos e até figuras parecidas, para poder fazer que as pessoas acreditem.

Talvez, já adentrando no campo especulativo (e, ao mesmo tempo, provocativo – uma das intenções deste livro) o ideal não é ter o máximo de meios para serem consumidos, mas meios básicos para serem consumidos com esmero, principalmente em se prestar atenção a ideias fortuitas advindas desses mecanismos.

Não adianta acessar milhares de sites, por exemplo, para procurar um mesmo fato noticioso.

Para quem é mais atento descobrirá que a maioria não se dá ao mínimo trabalho de ter uma apuração própria, pois, utilizando-se também de sistemas de Inteligência Artificial, em busca de tendências, utiliza-se o já manjado, jornalisticamente falando, sistema de copia e cola.

5.2 – Utilizando sistemas de engenharia reversa para averiguar se determinados materiais são ou não oriundos de Inteligência Artificial. Dicas para combater isso se quiseram te enganar

Nesse sentido, quem entende um pouco do domínio de ferramentas de Inteligência Artificial pode utiliza-las para fazer um sistema de engenharia reversa, ou seja, em vez de utiliza-las para manipular, pode, principalmente, usa-las para saber se determinado texto ou imagem (seja ela como fotografia ou como vídeo) é advinda de sistemas de I.A. e pode até ajudar a esclarecer sobre essa temática, provando mais uma vez que o grande segredo é entender as interfaces da informação.

Utilizamos no livro **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?** (Berti, 2023), que também socializamos aqui, algumas sugestões de programas que conseguem aferir se um determinado texto é oriundo, ou não, de sistemas de I.A. Todos eles foram testados amplamente e podemos muito recomendá-los.

Da mesma forma como tudo o que ocorre em rede, oriundo da Internet e de quaisquer sistemas automatizados, é passível de brechas e, notadamente, de deixar rastros e possibilidades de descobertas, principalmente se for realizado de maneira amadorística.

Não existe crime, ou atitude aética, perfeitos.

Há um mercado bem ascendente sobre esses sistemas e é tão promissor quanto os sistemas de busca-plágio, tão comuns no mundo acadêmico para desmascarar textos e imagens *googladas* e não citadas e referenciadas corretamente.

Com isso afere-se sobre a possibilidade de separar-se o que foi realizado por um sistema de Inteligência Artificial como

ferramenta, ou seja, enquanto meio para ajudar o produto a ser melhorado, o que consideramos ético, da maneira de querer tapear, fazendo a Inteligência Artificial transparecer que o material foi executado por um humano, não deixando claro que foi, o que consideramos bem aético.

Há, inclusive, algumas Inteligências Artificiais que tentam mascarar seus conteúdos, dando a impressão de que foram feitas exclusivamente por um ser humano.

Como em um jogo de gato e rato, enquanto há um temor do crescimento de utilização irresponsável da ferramenta, inclusive preocupando professores dos diversos níveis de ensino (e, no nosso caso, no campo jornalístico) já há uma série de ferramentas disponíveis para identificar se é oriundo de sistemas de Inteligência Artificial ou não.

Como discutido em itens anteriores sobre ética e qualidade do jornalismo, a ferramenta pode ajudar e muito, mas não pode ser o único caminho de garantia do trabalho jornalístico.

Para isso, inclusive junto ao bom funcionamento do Jornalismo, há ferramentas eficazes (a maioria gratuitas, ao menos em suas versões iniciais) que ajudam a desmascarar quem, entre as muitas aeticidades jornalísticas, quer recorrer, pura e simplesmente por preguiça ou má intenção aos sistemas de Inteligência Artificial.

Para fins de teste, inclusive convidando você a utiliza-los e ganhar mais experiências, apresentamos cinco sistemas que testamos, e aprovamos para detectar se um material realmente é ou não fruto de Inteligência Artificial.

São eles, em ordem alfabética de reflexão (não de importância): AI Content Detector, CopyLeaks, Cramly, Smodin e ZeroGPT.

5.2.1 – AI Content Detector

O AI Content Detector é um detector de sistemas de Inteligência Artificial, principalmente textuais, que tem uma interface simples de utilização.

Ele pode ser acessado por meio do endereço: ***<https://writer.com/ai-content-detector>***

Sua abertura está em inglês (mas pode ser traduzido mediante instalação de sistemas do tipo em seu navegador) e permite: consultar se em determinado endereço eletrônico (espaço de URL tem algum vestígio de Inteligência Artificial) ou em próprios textos. Há duas caixas específicas para essas duas interfaces. O sistema mostra a quantidade de possibilidades se o texto e o link é ou não oriundo de Inteligência Artificial, o que ajuda a tornar o que é buscado com mais ênfase e acurácia, inclusive mostrando a possibilidade de um texto ser escrito por um humano ou por sistemas de I.A.

Assim como todos os sistemas de I.A., o AI Content Detector tem versão gratuita, permitindo consultas esporádicas e com menos páginas e versão paga, permitindo seu usuário consultar dezenas de páginas ao mesmo tempo.

5.2.2 – CopyLeaks

O CopyLeaks é outra ferramenta de detecção de textos e outros materiais advindos de Inteligência Artificial bem conhecido.

Ele existe desde 2015 e antes era especializado na busca de plágios advindos de buscadores. Assim com os outros concorrentes (citados neste livro) terminou encontrando um nicho maior, principalmente em termos de busca de materiais oriundos de Inteligência Artificial.

Ele pode ser acessado de maneira online por meio do endereço: **<https://copyleaks.com>**

Um dos idiomas diretos utilizados pelo CopyLeaks é o português. Ele funciona perfeitamente em nossa língua. O que não ajuda muito nessa ferramenta é que ela também é paga, tendo três tipos de pacote. O gratuito permite poucas palavras procuradas. Nos planos pagos compra-se espécie de varreduras. Com US\$ 10 consegue-se a média de uma centena de boas varreduras nesse sistema.

5.2.3 – Cramly

O Cramly é outra ferramenta atual muito utilizada para a detecção, principalmente de textos, oriundos de sistemas de Inteligência Artificial, principalmente as generativas.

Ele funciona, inclusive com versão em português, por meio do endereço: **<https://www.cramly.ai>**

Esta ferramenta tem versões: gratuitas e pagas, sendo que as segundas têm muito mais poder de resolutividade. Das já apresentadas, é a que apresenta o valor mais baixo e também maior resolutividade, principalmente em descobrir mascaramentos de textos, que é quando algumas Inteligências Artificiais, mais metidas a malandras, terminam por instigar a humanização maior de textos.

O Cramly tem um alto poder de detecção desse tipo de atitude.

5.2.4 – Smodin

O Smodin já faz um trabalho duplo. Ele atua como sistema de busca de plágios feitos por Inteligência Artificial, nas mais diversas plataformas, e também tem o poder de mascaramento e até de correções de textos feitos por I.A., ou

seja, busca os plágios, mas também os humaniza caso seja de interesse de seus usuários.

Esta ferramenta pode ser encontrada por meio do site: **<https://smodin.io/pt/detector-de-conteudo-ai>**. Ele também tem versão em português.

O Smodin (2024) diz que tem uma precisão de 91% dos documentos de I.A. e 99% dos documentos humanos, prezando, principalmente, pela autenticidade destes textos. Isso também mostra que não só ele, mas também as outras ferramentas, principalmente pela evolução dos sistemas generativos, não têm uma precisão de perfeição.

5.2.5 – ZeroGPT

O ZeroGPT é um dos sistemas mais conhecidos e usados atualmente. A sua vantagem também são seus preços e possibilidades de varreduras de muitos documentos ou de materiais com muitas páginas. Ele consegue fazer isso em minutos. Funciona em sua versão gratuita, para até 5.000 caracteres, como também em dois tipos de versões pagas, permitindo grande quantidade de materiais em varreduras diretas.

O ZeroGPT funciona por meio do endereço: **<https://www.zerogpt.com>** e está disponível em seis línguas.



Espero, de todo coração, que ao terminar de ler este livro, adentrando nesta parte, que perguntas tenham começado a ser respondidas e, notadamente, que novos questionamentos tenham surgido.

Provavelmente, dependendo do mês de sua leitura (e até do ano) novas ferramentas de Inteligência Artificial generativa tenham surgido e novos atores, sistemas e empresas participado desse processo, inclusive, com novas e mais prementes transformações no ambiente jornalístico. Esperemos que para melhor!

Esse é um caminho sem volta. A Inteligência Artificial generativa (e seus respectivos avanços) veio para ficar, até ser substituída por algum sistema mais moderno e que tenha maior alcance popular. O que será, não sabemos! Também esperamos que não sejam por robôs!

Rogamos que o Jornalismo já tenha chegado a seu nível máximo de fundura em termos de negatividades e desinformações. E que tudo o que tem sido discutido e vivenciado sobre virtudes e polêmicas do mundo das I.As. sirvam de lições para uma reflexão social, e uma autorreflexão, sobre a importância das mediações e sua garantia de continuação de protagonismo, principalmente entre os entes que o pensam e o fazem de uma maneira a pensar no próximo, não somente em ter suas ideias e preferências (culturais, ideológicas, econômicas e políticas) à frente do que é noticiado e como é noticiado.

Ou o Jornalismo volta a utopia de tentar reportar os fatos de uma maneira a mediar lados, inclusive trazendo a verdade, ou será mais facilmente engolido pela Inteligência Artificial e outras ferramentas advindas dos sistemas generativos, principalmente advindos de grupos que usam esses sistemas para poder manipular e transgredir.

Enquanto, como humanos somos passionais e muitas vezes exercemos o direito de não ler, de não ouvir, de não ver, de não retransmitir, de não multimídiaalizar assuntos que achamos não gostar (direito, principalmente de cidadãos), o Jornalismo precisa mediar e tratar de todos os fatos sociais, não tendo de escolher pelo lado humano ou por questões identitárias ou modais. O Jornalismo tem de ser para todos. Senão os próprios sistemas de I.A. farão isso e colocarão à prova não só a credibilidade jornalística, mas sua capacidade de realmente mediar o que está ocorrendo na sociedade.

Desde nosso primeiro livro sobre Inteligência Artificial e Jornalismo que sou convidado a dar palestras, entrevistas e a participar de rodas de conversas. Vejo muitos jornalistas, uma grande gama de acadêmicos de Jornalismo, de amantes e interessados nessa área, na esperança e ação da crença e vivência de mediações informacionais realmente edificadoras, tendo as I.As. como ferramentas e não como finalidade dos processos. Sim, as pessoas boas, honestas e que agem pelo bem e com o bem ainda são maioria e tentam agir, mesmo que anonimamente. Pena que, algumas vezes, não sejam tão estridentes quanto os que pensam e agem ao contrário no sentido da desonestidade e da manipulação.

Como já dissemos nos capítulos anteriores, cabe uma educação midiática de quem consome, garantir também o bom Jornalismo e ele, por meio de bons profissionais,

principalmente em suas relações éticas e morais com a notícia. Essas são atitudes que não podemos abrir mão.

Cabe também nós, da Academia, fazermos uma série de reflexões sobre quem estamos formando e como estamos formando. Se estamos formando para uma ideologia nossa, para uma ideologia particular de grupos ou se para a sociedade, dando a escolha de mediações de vivências coletivas em suas diversas multiplicidades. Fazendo nosso alunado a sair das bolhas, das lacrações, dos discursos e partir para as ações.

Sei que é mais que polêmico tocar em alguns assuntos espinhosos, principalmente se pregaros não estarmos nem aí para as dicotomias políticas que tomam conta de boa parte do Jornalismo nas décadas deste século XXI.

Critique, leia, aja, compartilhe, utilize suas liberdades, tão válidas e prementes. Mas, principalmente, mais do que discurso, seja ação. Escute e também respeite o outro, mesmo não concordando com ele. Atue em seus microambientes! Muitas vezes nos preocupamos demais com o meio ambiente e com a preservação de lugares e ampliação de ideologias de pessoas que nunca viemos (e, raramente veremos) ou entendemos a fundo suas histórias e esquecemos dos nossos próprios cantos e quem está a nosso redor. Colocamos nas mãos das I.As. (ou outros instrumentos internéticos e das redes sociais) uma série de perguntas, inclusive sobre nossas vidas e nossos comportamentos e esquecemos de fazer o básico em nosso entorno.

Muitas vezes somos muito militantes de telas e redes sociais, cada dia mais encrostradas de sistemas de Inteligência Artificial, e esquecemos que é o olhar, o ver, o sentir que não será substituído por essas ferramentas. As

revoluções, sejam elas de qualquer maneira, começam no nosso dia a dia e em nossos atos.

Assim vemos o Jornalismo. Essa, certeza, é uma das maneiras, e respostas que dou, sobre se o Jornalismo será ou não engolido pelos sistemas de Inteligência Artificial.

Se mantivermos nosso comportamento de boiada (seja ele ideológico, identitário, religioso, político, o que quer que seja) e não procurarmos nos entender inicialmente, seremos presas fáceis para a previsibilidade tão bem calculada dos algoritmos e aprendizados de redes das I.As.

Sejamos mais inteligentes que elas!

Agradeço suas preciosas horas ou momentos de leitura para este e espero ter esclarecido e colocado algumas pulguinhas reflexivas atrás de suas orelhas.

Até o próximo livro e até os próximos debates!

E não esqueça de dar seus feedbacks, principalmente nos nossos experimentos sobre Inteligência Artificial e Jornalismo, no LIAJ – Laboratório de Inteligência Artificial e Jornalismo da Universidade Estadual do Piauí. Contatos: e-mail: liaj@uespi.br e *Instagram*: [@liaj.uespi](https://www.instagram.com/liaj.uespi) .



Referências

ABRAMO, Cláudio. **A regra do jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

AI CONTENT DETECTOR. **Interface do AI Content Detector**. Disponível em: <https://writer.com/ai-content-detector/>. Acesso em: 11.fev.2024.

ARMSTRONG, Kathryn. **Os países europeus que estão banindo celulares em sala de aula**. 2023. Disponível em: <https://abre.ai/kpon>. Acesso em: 17.jan.2024.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira (Volume 1)**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009(a).

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira (Volume 2)**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009(b).

BARBEIRO, Heródoto; SIMON, Udo. **Jornalismo para leigos**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

BARD. **Interface inicial do Bard IA**. Disponível em: <https://chromewebstore.google.com/detail/bard-ai-chat/pkgciiancapdlpcbppfkmeaieppikkk>. Acesso em: 21.abr.2024.

BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário essencial de comunicação**. Rio de Janeiro: Lexicon, 2014.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. São Paulo: EdUSP, 2008.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: LP&M, 2018.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?** Teresina: EdUESPI, 2023.

BING. **Interface inicial do Bing IA.** Disponível em: <https://www.bing.com/chat?form=CONVRD/>. Acesso em: 21.abr.2024.

BONA, Nívea. **Jornalismo na sociedade.** Curitiba: Intersaberes, 2017.

BOURDIN, Alain. **A questão local.** Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRASIL. **Lei 13.709, de 14 de agosto de 2018.** Disponível em: <https://shre.ink/DWqP>. Acesso em: 25.jan.2024.

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

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

BUCKINGHAM, David. **Manifesto pela educação midiática.** São Paulo: Edições Sesc, 2022.

BUTLER, Samuel. **Erewhon.** Lisboa: Penguin Books, 1970.

CAMPOS, Cláudia de; ROSSIGNOLLI, Carla Damaris Vigarani. **Interesse público e critérios de noticiabilidade: um estudo sobre o programa TV Folha.** Lisboa: Novas Edições Acadêmicas, 2016.

CARVALHO, Claudiane. **A construção da notícia: interseções entre jornalismo e comunicação estratégica.** Salvador: Fapex/EdUFBA, 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro.** Santarém: Jortejo, 1998.

CHATGPT. **Interface inicial do ChatGPT.** Disponível em: <https://chat.openai.com/>. Acesso em: 21.abr.2024.

CITELLI, Adilson. **Comunicação e educação: dinâmicas midiáticas e cenários escolares.** Ilhéus: Editus, 2021.

COPYLEAKS. **Interface do CopyLeaks.** Disponível em: <https://copyleaks.com/pt/>. Acesso em: 19.abr.2024.

CRAMLRY. **Interface do Cramly**. Disponível em: <https://www.cramly.ai/>. Acesso em: 19.abr.2024.

CUNHA, Matheus Cestari. **Das competências às mediações: o presente e o futuro da educação midiática**. Curitiba: Appris, 2023.

DARWIN, Charles. **A origem das espécies**. São Paulo: Camelot, 2024.

DIEZANDINO NIETO, Maria Pilar. **Critério noticioso**. São Paulo: Pearson, 2015.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Edipro, 2012.

DURKHEIM, Émile. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Edipro, 2016.

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

FEILER, Camila Petry. **Inteligência Artificial: entenda como chegamos ao ChatGPT**. 2023. Disponível em: <https://abre.ai/jynw>. Acesso em: 02.jan.2024.

FERNANDES, Mário Luiz; SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da. **Crítérios de noticiabilidade**; problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2021.

FERRARI, Ana Cláudia; OCHS, Mariana; MACHADO, Daniela. **Guia da Educação Midiática**. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.

FERREIRA, Bruno. **Jornalismo e Educação: competências necessárias à prática educacional**. Curitiba: Appris, 2022.

FIGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael; NONATO, Cláudia. **As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas**. Barueri: Atlas, 2013.

FOLHA DE PERNAMBUCO. **Apresentadora de telejornal feita por Inteligência Artificial é apresentada na China**. 2023. Disponível em: <https://abre.ai/jynz>. Acesso em: 30.mar.2024.

FOLTER, Rodrigo. **Microsoft lançou recentemente o Bing Chat, que funciona de forma similar ao ChatGPT.** 2023. Disponível em: <https://abre.ai/jynB>. Acesso em: 17.abr.2024.

GASPAR, Nathalia. **IA do Bing:** Entenda como funciona e os diferenciais para buscas. 2023. Disponível em: <https://br.hubspot.com/blog/marketing/ia-do-bing>. Acesso em: 13.mar.2024.

GEMINI. **Interface inicial do Gemini IA.** Disponível em: <https://gemini.google.com/>. Acesso em: 22.abr.2024.

GLASSDOOR. **Valor médio salarial de um jornalista no Brasil.** Disponível em: <https://abre.ai/jxo4>. Acesso em: 22.abr.2024.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. **Educomunicação:** Recepção midiática, aprendizagens e cidadania. São Paulo: Paulinas, 2014.

GONTIJO, Silvana. **Livro de ouro da comunicação.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

HAUGELAND, John. **Artificial Intelligence: the very data.** New York: Bradford Book, 1989.

IBM. **O que é inteligência artificial?** Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/topics/artificial-intelligence>. Acesso em: 13.fev.2024.

IEA – INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR THE EVALUATION OF EDUCATIONAL ACHIEVEMENT. **PIRLS 2021 International Results in Reading.** 2021. Disponível em: <https://shre.ink/DWqR>. Acesso em: 31.jan.2024.

KAUFMAN, Dora. **Inteligência Artificial:** questões éticas a serem enfrentadas. São Paulo: Anais do IX Simpósio Nacional da Abciber – Associação Brasileira de Cibercultura, 2016.

KÖNIG, Mauri. **Processo de produção jornalística.** Curitiba: Intersaberes, 2018.

KOVACS, Leandro. **Como surgiu a inteligência artificial?** 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/como-surgiu-a-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 03.jan.2024.

KOVACS, Leandro. **Quais são os tipos de inteligência artificial?** 2022. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/quais-sao-os-tipos-de-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 09.jan.2024.

KUWAIT NEWS. **Conheça a Fheda.** 2023. Disponível em: <https://shre.ink/DWqX>. Acesso em: 12.fev.2024.

KURZWEIL, Ray. **A era das máquinas espirituais.** São Paulo: Aleph, 2007.

LAGE, Nilson. **A reportagem.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** São Paulo: Ática, 1986.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia.** Florianópolis: Insular, 2021.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística.** São Paulo: Ática, 1999.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística.** São Paulo: Ática, 2007.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

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

LEMOS, Amanda. **Como surgiu a Inteligência Artificial?** 2023. Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/topics/artificial-intelligence>. Acesso em: 12.fev.2024.

MAGALHÃES, André. **4 coisas que o Gemini é capaz de fazer melhor que o Bard.** Disponível em: <https://abre.ai/jx64>. Acesso em: 23.abr.2024.

MCCARTHY, John. **What is Artificial Intelligence?** 2007. Disponível em: <https://www-formal.stanford.edu/jmc/whatisai.pdf>. Acesso em: 06.fev.2024.

MCCULLOCH, Warren S.; PITTS, Walter. **A Logical Calculus of the Ideas Immanent in Nervous Activity.** Ontario: The Bulletin of Mathematical Biophysics, v. 5, n. 4, 1943, pp. 115-133.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem:** (understanding Media). São Paulo: Cultrix, 2012.

MEDINA, Cremilda. **Notícia:** um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. **História do Jornalismo:** itinerário crítico, mosaico contextual. São Paulo: Paulus, 2012.

MELO, José Marques de. **Jornalismo, forma e conteúdo.** São Paulo: Difusão, 2009(a).

MELO, José Marques de. **Teoria do Jornalismo:** identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MELO, José Marques de. **Teoria e metodologia da comunicação:** Tendências do século XXI. São Paulo: Paulus, 2014.

MELO, José Marques de. **Vestígios da Travessia:** da Imprensa à Internet – 50 Anos de Jornalismo. São Paulo: Paulus, 2009(b).

MIDJOURNEY. **Interface inicial do Midjourney.** Disponível em: <https://www.midjourney.com/home>. Acesso em: 21.abr.2024.

MORALES, Elisa Torres. **Educomunicação e ecossistemas comunicativos em tempos de convergência midiática.** Curitiba: Intersaberes, 2022.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em tempo real.** O fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NEVEU, Erik. **Sociologia do Jornalismo.** São Paulo: Loyola, 2006.

NEY, Eduardo Chukr Mafra. **Diretorias e conselhos ciborgue:** a inteligência artificial na alta liderança. São Paulo: Revista GV Executivo, v. 22, n. 4, 2023, pp. 20-26.

NILSSON, Nils J. **The Quest for Artificial Intelligence:** A History of Ideas and Achievements. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.

NOBLAT, Ricardo. **O que é ser jornalista.** Rio de Janeiro: Record, 2004.

NOGUEIRA, Marri. **Jornalistas veem IA como oportunidade e ameaça, segundo estudo**. 2023. Disponível em: <https://shre.ink/DWqC>. Acesso em: 01.jan.2024.

NORVING, Peter; RUSSELL, Stuart. **Inteligência Artificial**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

ODISHA TV. **Odisha's First AI Anchor Lisa**. Disponível em: <https://odishatv.in/author/lisa-16534>. Acesso em: 23.abr.2024.

OLIVEIRA, Flávia. **História da Inteligência Artificial (IA)**. Disponível em: <https://abre.ai/kpof>. Acesso em: 19.fev.2024.

OPENAI. **Sobre OpenAI e o ChatGPT**. Disponível em: <https://openai.com/about>. Acesso em: 20.abr.2024.

ORWELL, George. **1984**. Londrina: Tricaju, 2021.

PARENTE, Cristiane; FREIRE, Raphael Kapa Wendel. **Educação midiática – para uma democracia digital**. Rio de Janeiro: Wak, 2020.

PARETO. **A História da Inteligência Artificial: Da Origem ao Futuro da Tecnologia**. Disponível em: <https://abre.ai/kpoh>. Acesso em: 19.fev.2024.

PETZOLD, Charles. **The Annotated Turing: a guided tour through Alan Turing's historic paper on computability and the Turing Machine**. Hoboken: John Wiley & Sons, 2008.

PILLE, Letícia. **Brasil fica em 52º lugar em ranking internacional de leitura**. 2023. Disponível em: <https://abre.ai/jynK>. Acesso em: 04.fev.2024.

PRADO, Charles. **A era da inteligência artificial**. 2019. Disponível em: <https://abre.ai/kpoj/>. Acesso em 20.fev.2024.

PRADO, Jean. **A inteligência artificial é mais antiga do que você imagina**. 2023. Disponível em: <https://shre.ink/DWqG>. Acesso em: 01.jan.2024.

RODGES, Andrew. **Alan Turing: The Enigma**. Londres: Vintage, 2012.

ROJO, Roxane; MOURA, Eduardo. **Letramentos, mídias, linguagens**. São Paulo: Parábola, 2019.

ROSA, Mário. **A reputação na velocidade do pensamento**: imagem e ética do pensamento. São Paulo: Geração Editorial, 2006.

SAMUEL, Arthur Lee. **Some studies in machine learning using the game of Checkers**. New York: IBM Journal of Research and Development, v. 3, n. 3, 1959, pp. 535-554.

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

SANTOS, Sérgio. **Em 1986, novela fazia história ao alcançar 100% de audiência no último capítulo**. 2021. Disponível em: <https://tvhistoria.com.br/em-1986-novela-fazia-historia-ao-alcancar-100-de-audiencia-no-ultimo-capitulo/?cpid=txt>. Acesso em: 31.jan.2024.

SCHECHTER, Luis Menasché. **A vida e o legado de Alan Turing para a Ciência**. 2015. Disponível em: <https://shre.ink/DWqj>. Acesso em: 26.jan.2024.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro. **Jornalismo investigativo**: o fato por trás da notícia. São Paulo: Summus, 2005.

SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do Jornalismo**: modos de produção das notícias. Florianópolis: Insular, 2014.

SMODIN. **Interface do Smodin**. Disponível em: <https://smodin.io/pt/detector-de-conteudo-ai>. Acesso em: 19.abr.2024.

SOARE, Robert I. **Turing Computability**: Theory and Applications (Theory and Applications of Computability). Genebra: Springer, 2016.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUTO, Romélia Mara Alves. **“O Jogo da Imitação”** – histórias da ciência no cinema. Belo Horizonte: Revista Pensar Educação, 2021.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo Cidadão informa ou deforma?** Brasília: Ibict/Unesco, 2009.

TAULLI, Tom. **Introdução à Inteligência Artificial**: uma abordagem não técnica. São Paulo: Novatec, 2020.

TELECINCO. **Alba Renai, influencer criada por IA, conducirá ‘Supersecretos’ em mitele y Telecinco.es.** Disponível em: <https://abre.ai/jynO>. Acesso em: 22.abr.2024.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística:** uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2020.

TURING, Alan. **Computing Machinery and Intelligence.** Oxford: Mind, v. LXI, n. 236, 1950, pp. 433-460.

VILELA, Maysa. **Conheça a super polêmica primeira apresentadora de TV criada com IA.** Disponível em: <https://www.einerd.com.br/apresentadora-criada-por-ia-alba-renai/>. Acesso em: 21.abr.2024.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2012.

WORLDOMETER. **Dados informacionais instantâneos sobre consumo informacional no planeta.** Disponível em: <https://www.worldometers.info/pt/>. Acesso em: 15.fev.2024.

ZEROGPT. **Interface do ZeroGPT.** Disponível em: <https://www.zerogpt.com/pt>. Acesso em: 19.abr.2024.

Formato: 148 mm X 210 mm

Fonte: Arial, 9; 9,5; 11; 12; 14 e 18, simples, negrito e itálico.

Papel miolo: alcalino 75 g/m²

Papel capa: cartão supremo, 250 g/m²



Orlando Maurício de Carvalho Berti

A Inteligência Artificial generativa vai suplantar o Jornalismo? Ou o Jornalismo pode se adaptar às questões da Inteligência Artificial para melhor mediar e conseguir sair de suas várias crises em tempos de lacração, cancelamento, debates sobre liberdades? Este livro traz uma série de provocações sobre isso e mais.



LIAJ

Laboratório de Inteligência Artificial em Jornalismo
da UESPI - Universidade Estadual do Piauí

liaj@uespi.br

[@liaj.uespi](https://www.liaj.uespi.br)



EdUESPI