

O MÍNIMO QUE UM  
JORNALISTA PRECISA  
SABER SOBRE

# INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

PARA COMEÇAR 2024

# INTRODUÇÃO

# 2

Faz um ano que o ChatGPT foi lançado e o jornalismo (a vida da gente, na verdade) passou a (ou ficar na iminência de) ser afetado por grandes modelos de linguagem (LLMs, na sigla em inglês). Por um lado, parecem sistemas mágicos quando respondem perguntas ou atendem a instruções (prompts) de maneira certa. Por outro, ainda erram bastante. Mas só o fato de, às vezes, acertarem e potencialmente ajudarem a diminuir o tempo perdido em tarefas rotineiras abriu um universo novo de possibilidades. E inúmeros questionamentos.

Ao longo de 2023, nos debruçamos quase toda a semana sobre o tema da inteligência artificial no jornalismo. Esse guia é um esforço para dar sentido à superabundância de conteúdo relacionado ao assunto. Nossa primeira edição com um bloco específico sobre IA depois do lançamento do ChatGPT chegou nas caixas de email dos leitores no dia 13 de janeiro (**NFJ#403**). A partir de então, o tema mereceu espaço em 33 das 41 edições subsequentes (80%) da nossa newsletter. A partir da **NFJ#419** (2 de junho), a IA passou a ter um bloco dedicado em praticamente todas as edições, exceto as **#421** e **#431**.

Para tentar capturar o que é fundamental, analisamos todo o conteúdo da NFJ em 2023. Quando o assunto é inteligência artificial e jornalismo, um dos clusters temáticos mais frequentes foi sobre as disputas de poder em torno da IA. Os diversos problemas relacionados à IA e as ferramentas disponíveis foram outros grupos temáticos frequentes. Temas que apareceram menos, mas que não deixam de ser importantes são diretrizes, ética, relatórios, legislação/regulação e "como funciona a IA". Ao longo desse guia, vamos falar deles e disponibilizar de novo os links mais importantes caso você queira se aprofundar ainda mais nos assuntos relacionados a IA e jornalismo.

## 3

## O QUE É IA?

"Inteligência artificial" se refere amplamente a um número grande de tecnologias e chegar a uma definição definitiva ainda é, em grande medida, um trabalho difícil. Muitos especialistas, inclusive, passaram muito tempo se negando a usar esse rótulo, preferindo termos mais específicos como "machine learning" (ou aprendizado de máquina), cujo foco seria o treinamento de sistemas para realizar tarefas com precisão a partir de certos padrões. De qualquer forma, uma definição de IA bastante utilizada tem sido a de Melanie Mitchell, **autora que também tem uma newsletter no Substack**, no seu livro *Artificial Intelligence: A Guide for Thinking Humans* (2019):

“*Simulação computacional de capacidades humanas em áreas bem definidas, mais comumente através da aplicação de abordagens de aprendizado de máquina, um subconjunto de IA em que as máquinas aprendem, por exemplo, a partir de dados ou de seu próprio desempenho.*”

A IA já vinha sendo utilizada antes do ChatGPT na automação de processos (por exemplo, a publicação de posts em redes sociais), e no que alguns especialistas chamam de **IA de baixo risco**: por exemplo, a criação de textos utilizando templates pré-estabelecidos a partir de dados padronizados de fontes confiáveis.

# O QUE SÃO LLMS?

4

Os LLMs se enquadram em um sub-guarda-chuva da inteligência artificial que é a **IA de alto risco** ou **IA generativa (IAgen)**: "algoritmos que podem ser usados para criar conteúdo, incluindo áudio, código, imagens, textos, simulações e vídeos" (**McKinsey**). A **NVIDIA** usa a seguinte definição para LLMs:

“ São algoritmos de aprendizagem profunda que podem reconhecer, resumir, traduzir, prever e gerar conteúdo usando conjuntos de dados muito grandes. (...) Representam uma classe de arquiteturas chamada de redes transformadoras. Um transformador é uma rede neural que aprende o contexto e o significado rastreando relacionamentos em dados sequenciais, como as palavras nesta frase.”

A melhor explicação visual que encontramos sobre como funcionam os LLMs **está nesta reportagem multimídia do Financial Times** (em inglês).



## 5

## POR QUE O CHATGPT (AINDA) ESTÁ NA FRENTE DO RESTO?

O lançamento do ChatGPT criou uma verdadeira "corrida do ouro" da IA generativa. Até então muito se falava do potencial da IA, mas pouco havia se experimentado na prática para além de automações relativamente simples em comparação com os LLMs. Segundo especialistas, em termos de eficiência, **o ChatGPT ainda está na frente dos demais modelos de base lançados para competir com ele** como o Google Bard, o Meta Llama e o Anthropic Claude: a ferramenta da OpenAI teria mais capacidade de servidores e uma surpreendente habilidade de imitar emoções humanas. Mas, pouco a pouco, os demais estão diminuindo essa vantagem inicial.

## CURSOS SOBRE IA E JORNALISMO

- **Using ChatGPT and Generative AI Tools in Journalism (Paul Bradshaw, Birmingham City University)**  
Aula gratuita em inglês no YouTube com 50 minutos de duração
- **Como usar o ChatGPT e outras ferramentas de IA generativa em sua redação (Knight Center)**  
MOOC gratuito com aulas legendadas em português no YouTube
- **Generative AI for journalists: Discovering what data can do (Knight Center)**  
Aulas online em inglês e custo de US\$ 95
- **IA: Modo de usar (Cursos do Meio)**  
Aulas online em português e custo de R\$ 280

# QUAIS AS UTILIDADES DA IA GENERATIVA NUMA REDAÇÃO?

6

Segundo o relatório JournalismAI da LSE em parceria com a Google News Initiative e relatos durante a conferência em tecnologia Future of Media da Press Gazette, organizações jornalísticas têm utilizado aplicações de IAgem em basicamente todos os estágios de criação de conteúdo noticioso, desde a ideação até a distribuição, passando pela produção em si. Por quê? Em tese, ganho de eficiência, principalmente em tarefas rotineiras. Essa eficiência pode ser utilizada tanto para liberar os jornalistas para terem mais tempo para tarefas criativas (o discurso mais difundido hoje em dia) quanto simplesmente para substituir cargos e funções mais burocráticas (**ainda é raro, mas já acontece**). Abaixo está uma lista não exaustiva de utilidades e ferramentas. Muitas vezes, os veículos usam ferramentas desenvolvidas "in-house" a partir da integração com APIs de grandes plataformas.

## Ideação

- Reconhecimento óptico de caracteres (OCR)
- Transcrição de fala em texto
- Extração de texto de imagens e vídeos
- Detecção de tendências e descoberta de notícias



O UOL JÁ USA E DESENVOLVE INTERNAMENTE FERRAMENTA QUE REALIZA TRADUÇÕES E TRANSCRIÇÕES AUTOMÁTICAS DE ÁUDIO E VÍDEO, INCLUSIVE DE LIVES NO YOUTUBE, A PARTIR DE INTEGRAÇÃO COM A API DO WHISPER

## Ferramentas:

Google OCR  
MS Office Lens  
Colibri.ai  
SpeechText.ai  
Otter.ai  
Whisper  
Google Trends  
CrowdTangle  
DataMinr  
RapidMiner  
Google Cloud APIs

## 7

# QUAIS AS UTILIDADES DA IAGEN NUMA REDAÇÃO?

## Produção

- Gestão de rumores enviados pelos usuários para checagem de fatos
- Produção de resumos
- Produção de manchetes e páginas alternativas para realização de testes A/B
- Produção de gráficos e imagens
- Traduções
- Gestão das atividades do time
- Elaboração de guias internos que possam instruir funcionários sobre fluxos de trabalhos mais complexos de maneira mais interativa e intuitiva
- Tagueamento (etiquetagem) de conteúdo
- Produção de áudio e vídeo
- Produção de código em linguagem de programação
- Checagem de fontes

## Ferramentas:

**Check**  
**ChatGPT**  
**Notion**  
**Google Bard**  
**Anthropic Claude**  
**Meta Llama**  
**Grammarly**  
**DeepL**  
**DALL-E**  
**Firefly**  
**Midjourney**  
**Chartify**  
**ChartAI**



O MEEDAN DESENVOLVEU UMA FERRAMENTA CHAMADA CHECK PARA AJUDAR CHECADORES DE FATOS A ORGANIZAR O FLUXO DE RUMORES QUE CHEGAM E IDENTIFICAR AUTOMATICAMENTE QUAIS JÁ FORAM CHECADOS E QUAIS REALMENTE PRECISAM DE CHECAGEM. O CHECK PODE SER INTEGRADO A REDES SOCIAIS E APLICATIVOS DE MENSAGENS. ALGUNS CHECADORES PREFERIRAM DESENVOLVER POR CONTA PRÓPRIA FERRAMENTAS SEMELHANTES

# QUAIS AS UTILIDADES DA IAGEN NUMA REDAÇÃO?

8

## Distribuição

- Personalização de conteúdo para diferentes tipos de usuários
- Customização/otimização de conteúdo para diferentes canais de distribuição
  - chatbots focados apenas no conteúdo específico de um site (espécies de co-piloto para a navegação no conteúdo)
  - versões diferentes de um mesmo conteúdo para distintas redes sociais
  - conversão de conteúdo digital em páginas impressas sem necessidade de longo trabalho de diagramação e edição
- Conversão de texto em áudio

## Ferramentas:

**Echobox****SocialFlow**

Chatbots baseados

nas **APIs de****ChatGPT e****WhatsApp****Beautiful.ai****Gamma.ai****Ubersuggest****Google Discover****CrowdTangle**

ALGUMAS ORGANIZAÇÕES BRASILEIRAS JÁ DESENVOLVERAM E DISPONIBILIZARAM CHATBOTS PARA AUXILIAR O LEITOR A NAVEGAR NO CONTEÚDO DE SEUS SITES: ESTADÃO, UOL, NÚCLEO, AOS FATOS E AGÊNCIA TATU. A CONEXÃO DO CHATGPT A BANCOS DE DADOS MAIS LIMITADOS EVITA A ALUCINAÇÃO, UM DOS PROBLEMAS DO LLM



## 9

## QUAIS SÃO OS PROBLEMAS DE UTILIZAR IA NO JORNALISMO?

- **FALTA DE CONFIANÇA.** LLMs como ChatGPT e Bard não foram feitos com o foco específico no jornalismo. Frequentemente, dependendo da pergunta ou do prompt recebido, eles alucinam, ignoram informações importantes e cometem erros graves;
- **IA GENERATIVA MAS NEM TANTO.** LLMs não criam conteúdo novo. Eles reconfiguram conteúdo que já foi publicado na internet. Não dá para esperar que eles substituam o jornalista na parte criativa do trabalho;
- **NÃO ATRIBUIÇÃO DE FONTES DO CONTEÚDO / VIOLAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS / DESINTERMEDIAÇÃO.** Quando LLMs reconfiguram conteúdo e apresentam-no dentro de suas próprias interfaces, pinçam trechos de diversas fontes, mas não necessariamente atribuem esses trechos a essas fontes. O material pode ter os direitos autorais violados. Nesse processo, os LLMs não redirecionam o usuário para o site do real autor dos conteúdos;
- **COLONIALISMO DE DADOS.** Os LLMs mais populares pertencem a empresas norte-americanas. Cerca de 90% do conteúdo utilizado para treinar os LLMs é em inglês e de autoria de pessoas e organizações do Norte Global;
- **REPRODUÇÃO DE PRECONCEITOS E ESTEREÓTIPOS / FALTA DE DIVERSIDADE.** Assim como algoritmos de redes sociais e motores de pesquisa, LLMs não são neutros: reproduzem preconceitos e estereótipos de seus autores e refletem a falta de diversidade das organizações que os disponibilizam;
- **PERDA DE AUTONOMIA DAS ORGANIZAÇÕES DE NOTÍCIAS SOBRE OS SEUS PRÓPRIOS PRODUTOS.** A emergência da IA generativa é mais um capítulo da plataformização do jornalismo, ou seja, **do aumento gradativo da dependência de organizações de notícias em relação a plataformas externas como Alphabet/Google e Meta/Facebook.** Plataformas mudam suas políticas e seus focos de atuação com frequência e, às vezes, inviabilizam produtos já consolidados de terceiros;

# QUAIS SÃO OS PROBLEMAS DE UTILIZAR IA NO JORNALISMO?

10

- **CUSTOS FINANCEIROS.** Se pode cortar custos de produção por um lado, a utilização em maior escala de LLMs como ChatGPT e Bard também requer licenças premium dessas aplicações e o uso de suas APIs costuma ser cobrado por usuário: o que pode causar um descontrole dos custos. As próprias plataformas ainda não começaram a obter retorno financeiro suficiente dos investimentos feitos;
- **SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL.** Os servidores necessários para rodarem os LLMs e demais ferramentas de inteligência artificial consomem muita energia elétrica. A difusão da tecnologia tende a aumentar esse consumo a ponto de, em 2027, chegar ao patamar de um país inteiro como a Holanda.

## *Adesão à IA não pode ser automática e revisão de jornalistas humanos deve ser obrigatória*

Diante desse cenário, é fundamental que a excitação natural com essas novidades seja acompanhada de reflexões sistemáticas das vantagens e desvantagens de adotá-las. Veículos com equipes maiores têm estabelecido times interdisciplinares para discutir a utilização de novas ferramentas de IA. Veículos menores devem buscar fóruns de discussão com seus pares em associações de classe como a Ajor (Associação de Jornalismo Digital). É importante levar em conta que existe uma curva de aprendizagem de ferramentas de IA: a eficiência não surge do dia para a noite. E essas aplicações precisam estar integradas às estratégias gerais dos veículos e ser monitoradas por editores humanos responsáveis pela revisão das tarefas. A partir dessas discussões,  **muitos veículos estão criando diretrizes para a utilização de IA nas redações.** O **Núcleo** e o **Estadão**, por exemplo, já publicaram as suas.

## 11

## CONCLUSÃO

**RESPONDER À EMERGÊNCIA DA IA GENERATIVA  
DEMANDA DO JORNALISMO ESFORÇOS DE  
COLABORAÇÃO NUNCA ANTES VISTOS****EXEMPLOS DE  
COLABORAÇÕES:**

- **Centro para Notícias, Tecnologia e Inovação (CNTI);**
- **Carta de Paris para a IA e o Jornalismo;**
- **Princípios Globais para a IA;**
- **IA para o Jornalismo Local (Partnership on AI);**
- **JournalismAI;**
- **Repórteres Sem Fronteiras e APIG desenvolvem LLM para o jornalismo**

A inteligência artificial generativa pode se apresentar tanto como uma oportunidade quanto como uma nova ameaça para os veículos de notícias. Navegar nessa nova fase de transformações exige dos jornalistas e organizações jornalísticas mais do que a aquisição de novas habilidades: é preciso lembrar como, num passado não muito distante, **as plataformas romperam com o tradicional modelos de negócios do jornalismo** - de forma gradual, estabelecendo de início parcerias-chave com grandes players da mídia e criando interesse nos demais em participar voluntariamente das transformações patrocinadas pelas empresas americanas de big tech em troca de audiências maiores e uma fatia maior do bolo publicitário. Apenas parte dessas promessas se concretizou. LLMs como o ChatGPT e o Bard não foram criados pela mídia para a mídia. E mesmo que o Google venha a disponibilizar o Genesis, nunca deixará de ser seu proprietário.

É verdade que, em 2023, muitas organizações jornalísticas uniram esforços em diversas instâncias (ver exemplos ao lado) para delinear linhas de ação que todas deveriam seguir em relação a essas inovações. Ao mesmo tempo, veículos tradicionais como o **New York Times deixaram alianças**, e a **Associated Press (AP)** e o **American Journalism Project firmaram parcerias individuais com a OpenAI**. A própria Aimee Rinehart, que lidera a estratégia de IA da AP, **defende que o jornalismo precisa de colaboração radical para desenvolver LLMs próprios e recuperar parte da autonomia perdida para as plataformas digitais**. Certamente, **não será um processo fácil e sem contratempos**, mas algo necessário, senão obrigatório.

## Envolva-se com o Farol

Agradecemos se você quiser compartilhar seu feedback sobre esse guia. Comentários podem ser enviados para [contato@faroljornalismo.cc](mailto:contato@faroljornalismo.cc)

Para se inscrever na newsletter Farol Jornalismo e receber atualizações semanais sobre as principais tendências do jornalismo, acesse <https://faroljornalismo.substack.com/>

A newsletter Farol Jornalismo e trabalhos como este só são possíveis por causa do apoio de nossos assinantes. Pense em colaborar financeiramente para a sustentabilidade do Farol Jornalismo tanto pelo **Substack** quanto pela **nossa campanha de financiamento recorrente na plataforma Apoia.se**.