

Princípios editoriais e o uso da IA no jornalismo¹

Matheus Antônio Vieira²

Carlos Renan Samuel Sanchotene³

Resumo

Com o avanço da inteligência artificial no jornalismo, surgem princípios editoriais e manuais de redação que orientam o uso desses sistemas. Busca-se compreender os incentivos ao seu uso por jornalistas e, especificamente, os princípios éticos relacionados à transparência e à conduta com IA, por meio da análise de quatro Princípios Editoriais: Grupo Globo, BBC, Estadão e Folha de S.Paulo. Por meio de análise de conteúdo, observou-se que os princípios definem os incentivos aos jornalistas, estabelecem diretrizes sobre transparência, conduta jornalística e usos da IA, bem como os sentidos e usos atribuídos a ela. Os princípios incentivam a experimentação da IA pelos jornalistas e promovem a autorregulamentação ao definir usos adequados e inadequados. Embora promovam transparência desses usos, apresentam contradições que revelam limitações nas diretrizes éticas estabelecidas.

Palavras-chave:

ética jornalística; manuais de redação; transparência; inteligência artificial.

Introdução

¹ Trabalho apresentado no Eixo Temático Jornalismo de dados, IA, integridade da informação e novas narrativas do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, e Bacharel em Jornalismo (UEMG), e e-mail: matheusantonio@outlook.com

³ Pós-doutor em Comunicação (UFSM). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Professor de Publicidade e Propaganda e Jornalismo (UEMG – Divinópolis), e-mail: carlos_sanchotene@yahoo.com.br

Em 2024, uma reportagem do G1 foi publicada com trechos gerados por inteligência artificial que ainda exibiam marcas explícitas da ferramenta, o que evidencia um problema de mediação editorial. O episódio sintetiza a complexa relação entre o jornalismo e as ferramentas de IA: grandes conglomerados as apresentam como um "meio para aprimorar a qualidade" (Grupo Globo, 2024), mas surgem preocupações quanto à desinformação (Prado, 2022) e à reconfiguração do fazer jornalístico.

A IA generativa, especialmente por meio de modelos de linguagem como ChatGPT (OpenAI) e Gemini (Google), possui alta capacidade de automação e substituição de tarefas (Santaella, 2023). Essas IAs não possuem compreensão efetiva do conteúdo, mas simulam ao calcular probabilidades de sequência de palavras (IBM, 2024). É essa natureza mimética que favorece sua incorporação ao jornalismo, mas também torna difícil distinguir o que é humano do que é gerado por máquinas, levando ao surgimento de sinalizações de conteúdo produzidas por IA.

A IA também possui vulnerabilidades, notoriamente as "alucinações algorítmicas" (Lemos, 2024), que geram resultados incoerentes ou infiéis às fontes (Huang et al., 2024). No jornalismo, isso tensiona princípios como a verificação de fatos e a fidelidade às fontes, o que amplia o risco de desinformação.

Com o avanço tecnológico, veículos jornalísticos adotaram políticas específicas para o uso interno dessas ferramentas. Em junho de 2024, o Grupo Globo atualizou seus princípios editoriais para incluir o "uso permissivo de IA" (Grupo Globo, 2024). De maneira semelhante, o Estado de S. Paulo instituiu, em novembro de 2023, uma "política de uso" com "incentivo total à experimentação" (2023). No plano internacional, corporações apresentam a IA como ferramenta de inovação, integrando-a a atividades como a escrita, a revisão e a legendagem, conforme relatório da JournalismAI (2023).

A incorporação da IA, entretanto, afeta as rotinas produtivas. Algoritmos passaram a operar como instâncias de organização da vida social (Mendonça; Filgueiras; Almeida, 2023) e desempenham papel na circulação de notícias falsas (Filho; Marrafon; Medón, 2022). Com a expansão do acesso sem exigir conhecimento técnico especializado (Santaella; Kaufman, 2024), intensifica-se o tensionamento das condições de trabalho (Crawford, 2021; Roseli, 2024). O campo jornalístico é diretamente afetado em seus processos produtivos e disputas simbólicas, tornando-se tema central das ciências da comunicação (Figaro, 2018; Figaro, 2024).

O objetivo geral é analisar os princípios editoriais de IA de quatro veículos: Grupo Globo, BBC, Folha de S.Paulo e Estadão. Como objetivos específicos: compreender os incentivos ao uso da IA dirigidos aos jornalistas; examinar como tais documentos formulam princípios éticos relacionados à transparência e à conduta jornalística no uso de IA; e analisar os sentidos atribuídos à IA.

A problemática desta pesquisa consiste em investigar o impacto do uso da inteligência artificial no jornalismo. Para isso, a metodologia adotada foi a análise de conteúdo (Fonseca Júnior, 2010), cujas categorias analíticas emergiram a partir de pré-análises dos princípios editoriais.

O Grupo Globo formalizou os princípios em junho de 2024, ao se tornar o maior conglomerado de mídia do Brasil. O Estadão lançou uma política específica em novembro de 2023, posicionando-se entre os primeiros grandes veículos nacionais. A Folha de S.Paulo, com história na publicização de manuais de redação, incorporou o tema formalmente ao seu Manual de Redação. A BBC, emissora pública de referência internacional com presença no Brasil, foi escolhida por abordar publicamente a IA como parte dos processos de produção. Esses textos combinam, em diferentes graus, incentivos à experimentação com a definição de limites de uso, procedimentos de transparência e orientações éticas mínimas, desempenhando a função de autorregulação no campo jornalístico.

Tendo em vista que a IA no jornalismo é um fenômeno recente, esta pesquisa apresenta três questões introdutórias: a contextualização dos processos de datificação; as disputas sobre direitos autorais e acordos financeiros; e a questão da desinformação e das alucinações algorítmicas.

A IA e datificação

Há, no campo, distintas visões sobre sua concepção teórica da inteligência artificial, que dependem de óticas técnicas, econômicas, políticas e sociais. Toma-se aqui como princípio a definição de que a IA "não é artificial nem inteligente" (Crawford, 2021, p.8, tradução nossa), pois, para existir, precisa de recursos materiais naturais explorados pelos humanos e de dados pré-existent, que são, inclusive, pré-selecionados por trabalhadores humanos. Portanto, não são

autônomas ou racionais a ponto de terem uma categoria de “inteligentes”. Para funcionar, a IA depende de algo indispensável: a mão de obra humana (Crawford, 2021).

Conforme uma definição um pouco mais técnica, a inteligência artificial é a utilização de computadores e máquinas para imitar a capacidade de resolução de problemas e de tomada de decisão da mente humana (IBM, 2024). As inteligências artificiais generativas, por serem treinadas com base no trabalho humano, têm alta capacidade de mimese, automação e até substituição de algumas tarefas (Santaella, 2023).

Em geral, IAs possuem diversas aplicações, mas seu desenvolvimento foca em cinco habilidades humanas (Archegas; Maia, 2022): aprendizagem, raciocínio, solução de problemas, percepção e domínio da linguagem. Para isso, as IAs são treinadas a partir de um grande banco de dados (IBM, 2024), por vezes não especificados, mas que, em geral, incluem dados expostos de acesso aberto na internet, entre eles um site conhecido como Common Crawl, um arquivo público de dados disponível que contém mais de 9,5 petabytes de dados coletados da internet desde 2008, utilizado para o treinamento de IAGs como o GPT-3 (Baack, 2024).

As IAs fazem parte do processo de datificação, uma vez que, para a criação delas, especialmente da IA generativa, é necessário treiná-las em um processo automatizado e contínuo de abastecimento de dados, que só ocorre com a extração, automatização e treinamento de informações dos usuários (Crawford, 2021; Sadowski, 2019; Grohmann, 2019). Dentro do processo de extração e automatização, os dados processados por algoritmos ganham valor e sentido de capital para as empresas de plataformas (Couldry; Mejías, 2019; Van Dijck, Poell, De Waal, 2018).

No modo de funcionamento da correlação de dados dos modelos generativos, a IA ainda se torna suscetível a erros decorrentes dessa correlação (Lemos, 2024). O erro da IAG é conhecido como “alucinação” ou “alucinações-algorítmicas” (Lemos, 2024) e refere-se a um momento em que a IAG gera perturbações ou erros ao criar informações ou ao trocá-las por outras. Isso ocorre quando as bases de dados destas são alimentadas com informações incorretas ou enviesadas, além de outros fatores, como limitações de conhecimento, falhas de treinamento dos algoritmos e falhas de raciocínio (Huang et al., 2024). Um erro na informação gerada pela IAG pode resultar em desinformação.

A IA no jornalismo e acordos financeiros para treinamento dos sistemas

A incorporação da IA no jornalismo também não é exatamente uma novidade, mas os tipos de aplicação têm se transformado. Segundo o relatório JournalismAI (2023)⁴, aproximadamente 75% das 105 organizações de notícias de 46 países pesquisados utilizaram ferramentas de IA na coleta de informações. Usando a categorização de Moisés Costa Pinto (2024), as aplicações de IA no jornalismo podem ser agrupadas em três vertentes principais: IA de automação, voltada a tarefas que exigem padrão e repetição, como a coleta e a organização de dados; IA generativa, capaz de produzir textos, imagens, vídeos, infográficos e outros formatos; e IA de personalização, que combina automação e geração de conteúdo para oferecer experiências personalizadas aos usuários.

Conforme aponta o relatório da Momentum (2024), baseado em entrevistas com 13 representantes de empresas e associações jornalísticas do Brasil, as organizações têm uma visão positiva da IA como ferramenta de produtividade e transformação para o jornalismo; no entanto, há preocupação com o uso não autorizado ou não remunerado de conteúdos jornalísticos. Essa preocupação se explica pelo funcionamento de algumas ferramentas de IA, como ChatGPT e os resultados de busca do Google e do Gemini, que não apenas ranqueiam a informação algorítmica, mas também a resumizam, sem que o leitor precise abrir ou visualizar os sites dos veículos ou outras formas de circulação da notícia, o que impacta a monetização dos veículos.

Inicialmente, as IAs foram treinadas em bases de dados massivas coletadas indiscriminadamente da internet, incluindo conteúdo jornalístico protegido por direitos autorais, sem autorização ou remuneração aos criadores, o que resultou no aperfeiçoamento dos sistemas, que hoje têm sido incorporados ao campo da comunicação.

Por essa razão, surgiram também processos jurídicos contra veículos de imprensa e organizações de mídia por parte dessas empresas de IA, bem como acordos entre elas, para que fosse possível, de um lado, acessar os dados produzidos pelos veículos jornalísticos e, de outro, permitir que os veículos de imprensa acessassem as APIs dessas tecnologias. O padrão desses acordos tornou-se evidente em casos exemplares da OpenAI, que firmou parcerias com veículos

⁴ O JournalismAI é um projeto da London School of Economics and Political Science e possui fundo de incentivo da Google News Initiative, o braço da Google responsável por mediar a relação entre a plataforma e as organizações jornalísticas, que também possui projetos de inteligência artificial.

como o Financial Times, a Axel Springer, a Associated Press, e o Le Monde. A Folha de S. Paulo entrou com ação judicial contra a OpenAI em agosto de 2025, alegando concorrência desleal e violação de direitos autorais. O jornal argumenta que a empresa utilizou conteúdo jornalístico de sua autoria, sem autorização, para treinar IA, o que prejudicou seus interesses comerciais e autorais.

Segundo o relatório da Momentum (2024), baseado em entrevistas com 13 representantes de empresas e associações jornalísticas do Brasil, as organizações têm uma visão positiva da IA como ferramenta de produtividade e transformação para o jornalismo; no entanto, há preocupação com o uso não autorizado ou não remunerado de conteúdos jornalísticos. Essa preocupação se explica pelo funcionamento de algumas ferramentas de IA, como ChatGPT e os resultados de busca do Google e do Gemini, que não apenas ranqueiam a informação algorítmica, mas também a resumem, sem que o leitor precise abrir ou visualizar os sites dos veículos ou outras formas de circulação da notícia, o que impacta a monetização dos veículos.

As transformações vivenciadas no jornalismo pela digitalização e pela plataformização do setor, conforme observadas por Grohmann (2021) e Figaro et al. (2021), demonstram um caminho de possibilidades diante do que tem sido compreendido como uma crise multifatorial do campo (Silva, 2021; Canavilhas, 2024). À medida que a popularidade da IA generativa cresceu, seu uso no jornalismo, principalmente por grandes organizações de mídia, aumentou, e também aumentaram as preocupações com sua capacidade de produzir textos com rigor técnico-humano, o que coloca em risco a legitimidade jornalística. É amplamente reconhecido o descrédito da IA em certas funções, especialmente devido à sua associação à geração de informações falsas ou imprecisas e às preocupações com a substituição da força de trabalho humana (Borden; Codina; Ufarte-Ruiz, 2024).

Conforme advertem Santaella e Kaufman (2024), os textos gerados por IAG também são destinados a persuadir o leitor, ou seja, a fazer crer que aquilo, de fato, é verídico e elaborado por ser humano, criando um ambiente propício à disseminação e à propagação de desinformação, uma vez que essas ferramentas podem estar nas mãos de qualquer pessoa, exigindo o mínimo de rigor técnico para seu uso (Prado, 2022).

Com a incorporação de ferramentas de IAG às rotinas jornalísticas, os veículos percebem a necessidade de estabelecer procedimentos e normas para essa nova ferramenta, o que faz surgir, especificamente, os princípios editoriais para IA.

Os princípios editoriais para IA

Os princípios editoriais e os manuais de redação funcionam como documentos que expressam a identidade, os valores e as diretrizes de uma organização jornalística. Conforme destacam Nilson Lage (2017) e Marcelo Bronosky (2017), a linha editorial está vinculada à identidade política do veículo. Um editorial é um gênero opinativo que representa a posição do veículo (Marques de Melo; Assis, 2016), enquanto os princípios editoriais são diretrizes éticas que orientam a prática jornalística (Melo, 2003; Paixão, 2018). O “manual”, por sua vez, é o documento que descreve as regras práticas, procedimentos e padrões para a prática do jornalismo.

Os primeiros guias editoriais surgiram após a Segunda Guerra Mundial, vinculados aos debates sobre o papel da mídia. A Hutchins Commission (1947) estabeleceu a teoria da responsabilidade da imprensa, defendendo que as soluções para os dilemas da imprensa residem na autorregulamentação e no compromisso com o público. Os princípios editoriais brasileiros foram influenciados pelo modelo norte-americano (Jácome, 2017). A Folha de S. Paulo foi a primeira a lançar oficialmente um manual de redação em 1984, o Projeto Folha (Paixão, 2018), que ainda é atualizado conforme as transformações da instituição.

A credibilidade, segundo Bucci (2000), é o resultado de um “pacto de confiança” (Bucci, 2000, p. 92) estabelecido entre a imprensa e o público, sustentado na percepção de que a informação oferecida deve ser apurada e orientada pelo interesse público. A independência jornalística existe sob essas condições: “condição prática para que a liberdade de imprensa ganhe corpo e vida própria” (Bucci, 2000, p. 58). A legitimidade do jornalismo, reconhecidamente em crise (Silva, 2024; Canavilhas, 2025), assenta-se na conquista de uma autonomia, por meio de um monopólio do saber, que se resguarda na capacidade da categoria de construir a notícia (Canavilhas, 2025).

A incorporação da IA às rotinas jornalísticas tem demandado a criação de princípios editoriais específicos que atuem como mecanismos de autorregulamentação. Essas diretrizes

estabelecem parâmetros internos para o uso responsável da tecnologia, atuando como guias de boas práticas (Sanahuja-Sanahuja; López-Rabadán, 2025; Cardoso; Lima, 2024). Eles desempenham uma função fundamental como instrumentos de autorregulação no contexto da IA generativa e “sinalizam campos de uso desejáveis e situações a evitar no trabalho jornalístico” (Cardoso; Lima, 2024, p. 5).

Contudo, tais normas não se limitam a ser um regimento interno. A introdução da IA questiona a legitimidade jornalística, pois sua adoção ainda carece de uma justificativa centrada no “direito à informação” (Bucci, 2000). O cenário atual revela uma implementação impulsionada por corporações de tecnologia e por acordos comerciais, pautada majoritariamente pelos argumentos de eficiência operacional e de redução de custos. Portanto, o princípio editorial para IA e os manuais de redação para IA são formas de conferir legitimidade às organizações no uso dessas tecnologias, na medida em que lhes proporcionam transparência.

Sanahuja-Sanahuja e López-Rabadán (2024) destacam três ameaças principais: questões individuais (privacidade, exclusão digital e roubo de dados), riscos profissionais (queda na qualidade informativa, falta de transparência e comercialização do jornalismo) e riscos à democracia (desinformação, discurso de ódio e polarização).

Além dos alinhamentos éticos tradicionais para a formulação de princípios para a IA, surgiram, nos últimos anos, os primeiros documentos norteadores para o jornalismo. Em 2021, a UNESCO adotou a “Recomendação sobre Ética da Inteligência Artificial”, voltada a 194 Estados-membros, sob quatro diretrizes: direitos humanos, dignidade, justiça e interconectividade. Também a “Carta de Paris sobre IA e Jornalismo”, lançada pelos Repórteres Sem Fronteiras (RSF) em novembro de 2023, defende que a ética jornalística oriente as escolhas tecnológicas, com o papel humano nas decisões estratégicas e editoriais.

A Carta (2023) estabelece que sistemas de IA passem por avaliação independente, que os veículos assumam responsabilidade integral pelo conteúdo e que haja transparência sobre o uso da tecnologia. Por fim, recomenda a distinção clara entre conteúdos autênticos e gerados, que sistemas de recomendação preservem a diversidade informativa e que o uso de dados jornalísticos por IAs ocorra mediante acordos formais que garantam a sustentabilidade do setor e a justa remuneração profissional.

Metodologia

Como o fenômeno das IAs é recente e em constante transformação, dada a capacidade de grandes corporações tecnológicas de alterar as formas de produção e de circulação da informação, adotamos um caráter exploratório neste estudo. A pesquisa exploratória proporciona uma visão aproximativa de temas ainda pouco explorados, nos quais a formulação de hipóteses precisas é complexa (Gil, 2007).

A seleção do corpus abrange quatro organizações de relevância no Brasil que já estabeleceram diretrizes específicas para a IA. O Grupo Globo, maior conglomerado de mídia do país, destaca-se pela expressiva influência jornalística. A BBC, emissora pública internacional com atuação no Brasil por meio da BBC Brasil, diferencia-se por estar sujeita à legislação internacional sobre IA e por sua publicização ativa de suas iniciativas, tendo sido uma das primeiras grandes organizações públicas a adotar um princípio dedicado à IA. O Estado de S. Paulo (Estadão) foi um dos primeiros veículos nacionais de grande circulação a adotar uma política formal para o uso de IA. A Folha de S. Paulo, veículo tradicional que há décadas publiciza seus documentos editoriais e os torna referência no jornalismo brasileiro, também se destaca. No entanto, difere dos demais por não se tratar, segundo sua própria nomenclatura, de um princípio editorial, mas de um Manual de Redação – Conduta.

Embora o documento da Folha seja mais breve, com orientações em texto corrido e conciso, em quatro parágrafos, sem subdivisão em subtópicos, sua análise nos permite identificar um incentivo direto aos jornalistas, pois é direcionado a esses profissionais. Os demais princípios, por sua vez, apresentam estruturas mais segmentadas e detalhadas, especificando questões éticas e subdividindo-se em seções ao longo dos textos. Para essa análise, consideramos todo o conteúdo das páginas de princípios editoriais para IA dos veículos. No documento do Estadão, por exemplo, o princípio está no editorial do grupo “Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas; veja”, acompanhado de falas de Eurípedes Alcântara, diretor de jornalismo do Estadão, e de André Furlanetto, diretor de Estratégias Digitais. Essas falas representam oficialmente o posicionamento editorial da organização quanto às inteligências artificiais e abrangem as intenções, os incentivos e a compreensão das ferramentas; portanto, foram incluídas.

A partir da pré-análise dos princípios, formulamos quatro categorias com base na técnica de análise temática (Fonseca Júnior, 2010): “Incentivo à IA”, “Valor da IA”, “Ética, transparência e conduta” e “Aplicação e limites de aplicação da IA”. As categorias foram criadas a partir dos temas recorrentes identificados nos documentos, mesmo quando não foram apresentados como tópicos específicos, abrangendo tanto elementos compartilhados entre si quanto particularidades de cada caso. A categoria “Incentivo à IA” corresponde aos incentivos ao uso da IA, dados pelas organizações aos jornalistas por meio dos princípios editoriais, considerando os documentos que estabelecem estímulos, diretos ou indiretos, ao uso de ferramentas. Já a categoria “Valor da IA” analisa os sentidos atribuídos à IA presentes nesses princípios editoriais, observando quais associações são feitas, como, por exemplo, às ideias de eficiência e agilidade, e de que modo esses valores justificam sua adoção.

A categoria “Ética, transparência e conduta” estabelece os princípios éticos relacionados à transparência e à conduta jornalística no uso da IA considerando a responsabilidade pelo conteúdo produzido pela IA ou com seu auxílio, a checagem humana, as indicações sobre sinalização de conteúdo gerado por IA e a proteção de dados e direitos autorais. Por fim, a categoria “Aplicação e limites de aplicação da IA” trata das menções aos usos e tipos de uso da IA permitidos pelos princípios editoriais, bem como dos riscos decorrentes do uso dessas tecnologias. A decisão de reunir ética, transparência e conduta em uma mesma categoria se justifica por representarem dimensões complementares da responsabilidade jornalística: a ética define os princípios orientadores, a conduta traduz esses valores em práticas concretas a serem seguidas pelos jornalistas e a transparência evidencia o compromisso ético com tais ações — neste caso, com o sistema de IA.

Apesar de constituir uma categoria, os incentivos ao uso de IA não aparecem, em nenhum dos quatro veículos, como tópico ou seção explicitamente dedicados a “incentivos” ou “justificativas para a adoção”, mas se espalham pelos textos, com diversas deixas diretas e indiretas. Esses incentivos emergem em três frentes principais: na indicação do uso da IA, no discurso sobre o valor e as oportunidades da IA; nas justificativas para sua implementação nas rotinas jornalísticas; e no trabalho de supervisão e revisão humana do conteúdo.

Os quatro princípios editoriais analisados apresentam suas próprias características quanto a essas abordagens temáticas, mas eles convergem quanto a necessidade de incorporação da

inteligência artificial no jornalismo: no Grupo Globo, o eixo central recai sobre a responsabilização dos profissionais e os incentivos à aplicação da IA; na Folha de S. Paulo, o foco está na conduta, com ênfase em normas práticas que orientam o jornalista; no Estadão, o princípio se organiza em torno da proteção de dados, dos incentivos à aplicação e dos limites de uso; já na BBC, o documento privilegia a governança, as formas de aplicação e os riscos.

Para a elaboração dessa análise, utilizamos quadros em sua maioria com trechos dos princípios editoriais. Por vezes, lançamos mão do método de comparação em alguns quadros, mas este não tem como objetivo emitir um juízo de valor sobre a melhor ou a pior aplicação das organizações, e sim construir uma forma observável de uso da IA no jornalismo a partir desses documentos.

Como ressalta, buscamos notícias, reportagens e outros formatos de mídia nos portais dos veículos para contextualizar a discussão. Embora o volume de casos tenha se mostrado heterogêneo no corpus, isso nos deu mais exemplos do Grupo Globo, que no presente texto está mencionado uma vez

Este trabalho reconhece a limitação de seu corpus, centrado na mídia tradicional, e compreende os princípios editoriais como representações públicas da identidade organizacional. Ainda assim, consideramos que os desvios de rotina e a prática cotidiana nas redações não podem ser plenamente captados pela formalidade desses documentos, uma vez que a prática pode divergir das indicações neles prescritas.

O incentivo à IA

Todos os veículos analisados estabelecem e reforçam incentivos aos jornalistas para utilizarem a inteligência artificial em alguma etapa da rotina produtiva. O Estadão oferece "incentivo total à experimentação com essas novas tecnologias" (Estadão, 2023, online). O Grupo Globo, por sua vez, afirma que "Os jornalistas são encorajados a testar e adotar ferramentas de IA que auxiliem nos processos de apuração, produção e distribuição" (Globo, 2024, online), estabelecendo uma abordagem que também incentiva a experimentação direta.

Nos princípios editoriais, os incentivos ao uso da IA manifestam-se de duas formas, categorizadas. O incentivo direto, conforme apresentado no Quadro 1, quando o princípio editorial

recomenda ou ordena claramente a utilização de IA, como exemplificam o "incentivo total à experimentação" (Estadão, 2023, online) e "Os jornalistas são encorajados a testar e adotar ferramentas de IA" (Grupo Globo, 2024, online). É o incentivo indireto, conforme apresentado no Quadro 2, que se manifesta por meio da atribuição de valor à IA e às suas promessas de transformação produtiva. Estes incentivos indiretos funcionam como justificativas que tornam o uso de IA atraente, apresentando-a como ferramenta de eficiência, criatividade, agilidade, liberação de tempo para apurações mais profundas. Isso pode ser observado em casos como "aprimorar a qualidade do jornalismo" (Grupo Globo, 2024, online), enquanto a Folha enfatiza que ela libera jornalistas de tarefas repetitivas para que se dediquem a "apurações de fôlego" (Folha de S. Paulo, 2024, online).

Quadro 1 - Incentivo direto ao uso da IA

Veículos ou Grupo Midiático	Trecho do princípio editorial
BBC	Sem trechos de incentivo direto.
Estadão	"[...]o incentivo total à experimentação com essas novas tecnologias" ⁵
Grupo Globo	"Os jornalistas são encorajados a testar e adotar ferramentas de IA que auxiliem nos processos de apuração, produção e distribuição[...]" "Os jornalistas do Grupo Globo sempre adotarão ferramentas de inteligência artificial como meio para produzir informação de qualidade[...]" "Os jornalistas do Grupo Globo devem considerar o uso de inteligência artificial para otimizar o processo de apuração das notícias"
Folha de S. Paulo	"A Direção de Redação estimula os profissionais da Folha a utilizar a IA para automatizar tarefas repetitivas, sejam elas voltadas ao público ou não, de forma que os jornalistas tenham mais tempo para dedicar a apurações de fôlego[...]"

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quadro 2 - Incentivos indiretos ao uso da IA

Veículos ou Grupo Midiático	Trecho do princípio editorial
BBC	"A evolução da IA em todas as suas formas oferece tremendas oportunidades para a criatividade, inovação e melhoria da produtividade [...]" (BBC, 2025, <i>tradução nossa</i>) ⁶

⁵ Trecho retirado do editorial anterior à "Política de Uso de Ferramentas de Inteligência Artificial Pelos Colaboradores do Grupo Estado" que acompanha o documento.

⁶ "The evolution of AI in all its forms offers tremendous opportunities for creativity, innovation and improved productivity in every area of the BBC."

	“[...] A BBC deixou claro que o uso de IA estará sempre alinhado aos seus valores de serviço público e priorizará o talento e a criatividade.” (BBC, 2025, <i>tradução nossa</i>)⁷ “[...]para despertar a criatividade, como através de <i>storyboarding</i> ou técnicas de ideação” (BBC, 2025, <i>tradução nossa</i>)⁸
Estadão	“[...]tais serviços são uma ferramenta útil para auxiliar jornalistas profissionais em tarefas como transcrição de áudio, tradução, análise de dados e edição de texto. “[...]como ferramentas auxiliares em suas tarefas diárias, uma vez que as capacidades de automação e de análise das IAs podem proporcionar maior eficiência e aprimoramento em diversas etapas do processo editorial.”
Grupo Globo	“[...]amplia a capacidade de processamento e de geração de informação.” “O desenvolvimento das diversas vertentes de IA amplia a capacidade de processamento e de geração de informação (como textos, vídeos, áudios, infográficos, sites e outros formatos de conteúdo) e tem grande potencial disruptivo[...]” “[...]adota a inteligência artificial como meio para aprimorar a qualidade do jornalismo[...]”
Folha de S. Paulo	“[...]oferece diversas oportunidades para aumentar a eficiência da Redação, desde a concepção de uma pauta até a apresentação final da apuração, passando pela escrita de mensagens para fontes e pela coleta e/ou análise de grandes volumes de dados.” “A Direção de Redação estimula os profissionais da Folha a utilizarem a IA [...]de forma que os jornalistas tenham mais tempo para dedicar a apurações de fôlego.”

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A Folha de S. Paulo estrutura seus incentivos a partir de uma lógica de produtividade, estimulando "os profissionais a utilizarem a IA para automatizar tarefas repetitivas, sejam elas voltadas ao público ou não, de forma que os jornalistas tenham mais tempo para dedicar a apurações de fôlego" (Folha de S. Paulo, 2024, online). Esta estratégia reconhece explicitamente que a automação de tarefas rotineiras pode liberar tempo e recursos humanos para trabalhos mais complexos e investigativos. A BBC, por sua vez, não oferece incentivos diretos e explícitos, adotando uma abordagem voltada a incentivos indiretos.

⁷ “[...] The BBC has made clear that its use of AI will always be in line with its public service values, it will prioritise talent and creativity.”

⁸ “[...] to spark creativity such as through storyboarding or ideation techniques.”

O Grupo Globo (2024) articula esse valor da IA como forma de incentivo, em termos de ganhos de capacidade de trabalho, que inicialmente parece apenas operacional, mas se justifica pela própria organização para uso destacado em apurações: “[A IA] amplia de forma disruptiva a capacidade de processamento e geração de informações”, com “[...] grande potencial disruptivo” (Grupo Globo, 2024, online).

Esse incentivo à IA por meio de recompensas relacionadas ao aprimoramento do trabalho pode contribuir para a aceitação da tecnologia por parte dos jornalistas, embora aceitar seja um dever do trabalhador quando estes estão orientados pelos princípios editoriais, uma vez que estes são documentos de guia para a produção de jornalismo nessas organizações.

O valor da IA

Os valores atribuídos à inteligência artificial nos princípios editoriais concentram-se principalmente na inovação e na produtividade. A BBC destaca, em seus princípios, que “A evolução da IA em todas as suas formas oferece tremendas oportunidades para a criatividade, inovação e melhoria da produtividade” (BBC, 2025, online, *tradução nossa*)⁹. O Grupo Globo, de forma similar, enfatiza que “O desenvolvimento das diversas vertentes de IA amplia a capacidade de processamento e de geração de informação” (Grupo Globo, 2024, online), reafirmando a narrativa de que a tecnologia amplia as capacidades organizacionais.

O que também ocorre no caso da atribuição do uso da IA para aprimorar a qualidade do jornalismo: “adota a inteligência artificial como meio para aprimorar a qualidade do jornalismo, mantendo o compromisso com a isenção, correção e agilidade” (Grupo Globo, 2024, online). Esta formulação é relevante, pois articula a IA não como um fim em si, mas como um meio para atingir valores jornalísticos historicamente consolidados. A Folha de S. Paulo, igualmente, argumenta que a IA é uma ferramenta de eficiência e qualidade. O Quadro 3, a seguir, reúne trechos que indicam os valores atribuídos à IA.

Quadro 3 - Trechos com valores atribuídos à IA

⁹ *The evolution of AI in all its forms offers tremendous opportunities for creativity, innovation and improved productivity in every area of the BBC.*

Veículos ou Grupo Midiático	Trecho do princípio editorial	Valor atribuído
BBC	"A evolução da IA em todas as suas formas oferece tremendas oportunidades para a criatividade, inovação e melhoria da produtividade em todas as áreas da BBC" (BBC, 2025, online, <i>tradução nossa</i>) ¹⁰	Criatividade, inovação, produtividade
BBC	"A BBC deixou claro que o uso de IA estará sempre alinhado aos seus valores de serviço público, priorizará o talento e a criatividade" (BBC, 2025, online, <i>tradução nossa</i>) ¹¹	Talento, criatividade
BBC	"[...] para despertar a criatividade, como através de storyboarding ou técnicas de ideação." (BBC, 2025, online, <i>tradução nossa</i>) ¹²	Criatividade, apoio ao pensamento criativo
Grupo Globo	"O desenvolvimento das diversas vertentes de IA amplia a capacidade de processamento e de geração de informação [...] e tem grande potencial disruptivo"	Capacidade aumentada, potencial disruptivo
Grupo Globo	"O Grupo Globo adota a inteligência artificial como meio para aprimorar a qualidade do jornalismo, mantendo o compromisso com a isenção, correção e agilidade"	Aprimoramento da qualidade, isenção, correção, agilidade
Grupo Globo	"A busca por inovação e a adoção das mais avançadas ferramentas da tecnologia para o jornalismo são uma prioridade no Grupo"	Inovação, tecnologia avançada
Estado de S. Paulo	"[...] reconhece o potencial inegável dessas tecnologias"	Potencial inegável
Estado de S. Paulo	"[...] as capacidades de automação e de análise das IAs podem proporcionar maior eficiência e aprimoramento em diversas etapas do processo editorial"	Eficiência, aprimoramento
Folha de S. Paulo	"[...] oferece diversas oportunidades para aumentar a eficiência da Redação, desde a concepção de uma pauta até a apresentação final da apuração"	Eficiência, oportunidades
Folha de S. Paulo	"A Direção de Redação estimula os profissionais da Folha a utilizarem a IA para automatizar tarefas repetitivas, sejam elas voltadas ao público ou não"	Automação, liberação de tempo

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

O uso dos termos “inovação”, “criatividade”, “eficiência” e “produtividade”, associados ao valor da IA, justifica a modernização tecnológica como necessidade para o avanço do campo e legitima a automação de processos. O Grupo Globo (2024) justifica o valor da IA com base em princípios, como a "correção" e a "agilidade".

Os quatro veículos posicionam a IA como uma ferramenta de transformação inevitável, apresentando-a como necessária na "busca por inovação" e com "grande potencial disruptivo" (Globo, 2024, online). As mudanças são celebradas como melhorias na "qualidade do jornalismo"

¹⁰ The evolution of AI in all its forms offers tremendous opportunities for creativity, innovation and improved productivity in every area of the BBC.

¹¹ The BBC has made clear that its use of AI will always be in line with its public service values, it will prioritise talent and creativity

¹² To spark creativity such as through storyboarding or ideation techniques.

(Globo, 2024, online) e como "oportunidades para criatividade, inovação e produtividade" (BBC, 2025, online, tradução nossa). No entanto, embora o aperfeiçoamento das práticas jornalísticas seja legítimo em alguns casos, essa narrativa revela interesses predominantemente comerciais, uma vez que o discurso das organizações jornalísticas se alinha ao das empresas de IA priorizando a otimização da produtividade acima de outras considerações.

Ética, transparência e conduta com IA

Os princípios editoriais dos veículos analisados estabelecem que a ética jornalística deve ser aplicada também ao uso de IA. As organizações reconhecem explicitamente a necessidade de supervisão do conteúdo e informam sobre os usos de IA em materiais veiculados, além de estabelecerem restrições claras ao uso desses sistemas em determinados contextos. Neste texto, a questão dos direitos autorais, abordada por eles, foi suprimida.

A responsabilidade do jornalista é mencionada de forma destacada e repetida nos princípios analisados, atuando como um mecanismo fundamental para que as organizações reafirmem a legitimidade no uso da tecnologia. O Grupo Globo afirma explicitamente que "a responsabilidade final pelo conteúdo veiculado, entretanto, será sempre dos profissionais envolvidos" e que "todos os envolvidos na produção desses conteúdos — assim como acontece com toda reportagem — são responsáveis pelo resultado" (Grupo Globo, 2024, online). A Folha de S. Paulo reafirma uma posição semelhante ao declarar que "a ferramenta não substitui o julgamento humano nem exime o jornalista de responsabilidade pelo resultado final" (Folha de S. Paulo, 2024, online). No Estadão, o responsável é sempre apresentado como profissional, sem distinção por função ou área.

Na BBC, a responsabilidade é atribuída, de forma distintiva, tanto ao profissional individual quanto à equipe editorial coletivamente. O editor da equipe responsabiliza-se não apenas pelo conteúdo final, mas também pelo uso apropriado da IA, pela supervisão de seus *outputs* e pela revisão dos processos aprovados. A BBC, assim como o Estadão, estabelece, adicionalmente, estruturas institucionais de governança: o AI Risk Advisory Group (BBC) e o Comitê de Inteligência Artificial (Estadão), responsáveis por avaliar e acompanhar os riscos associados ao uso da tecnologia. A existência desses comitês sugere que os veículos reconhecem

que a responsabilidade não pode ser apenas individual, mas também deve ter componentes de governança institucional.

Para reafirmar essa legitimidade e o pacto de confiança com a audiência, as organizações mencionam valores tradicionais como fundamentos éticos. A BBC enfatiza que a IA deve "ser sempre usada de maneira consistente com os valores editoriais da BBC, em particular precisão, imparcialidade, justiça e privacidade" (BBC, 2025, online, *tradução nossa*)¹³. Conforme define o Grupo Globo (2024): "Isso não significa que cada conteúdo gerado automaticamente passará por revisão humana antes de ser veiculado. Essa obrigação tornaria inócua boa parte da eficiência e da abrangência permitidas pelo uso da ferramenta". O grupo complementa que a supervisão deve ser entendida como o monitoramento do uso, a fim de garantir a correção e a isenção do que é veiculado.

Nesse sentido, a inteligência artificial é vista como uma forma de automação do processo produtivo; para o Grupo Globo, a necessidade de revisão humana individualizada seria contrária à própria ideia de automação. Nesta concepção, o jornalista deixa de ser quem manuseia a matéria-prima para se tornar aquele que assiste à máquina em seu processo de produção. Tanto o Grupo Globo quanto o Estadão têm casos em que o conteúdo criado ou processado por IA pode ser publicado sem que o processo específico seja revisado, desde que haja supervisão dos processos como um todo. Portanto, há uma diferença significativa entre supervisionar e revisar, embora o jornalista possa ser exigido de atuar em ambos.

Todos os veículos analisados adotam alguma forma de sinalização ou transparência, reconhecendo que o público tem o direito de saber quando a tecnologia assistiu na produção da informação. A Folha de S. Paulo define que o conteúdo deve ser "sinalizado de forma clara e nítida ao leitor" (Folha de S. Paulo, 2024, online). O Estadão (2023), por sua vez, recomenda indicar quando a IA foi utilizada como ferramenta de apoio. O Grupo Globo estabelece a "indicação de quando foi usada a inteligência artificial" (Grupo Globo, 2024, online), enquanto a BBC menciona a necessidade de alertar o público: "Sempre que essas técnicas forem usadas, elas devem ser sinalizadas ao público de maneira apropriada" (BBC, 2025, online, *tradução nossa*)¹⁴.

¹³ *always be used in a manner consistent with BBC editorial values, in particular accuracy, impartiality, fairness and privacy.*

¹⁴ *Whenever these techniques are used they should be signalled to the audience in an appropriate manner.*

Essas sinalizações visam aumentar a confiabilidade; no entanto, somente a BBC e o Estadão deixam mais claro como isso deve ser feito, por exemplo, com selos visuais e mensagens de indicação: “Este conteúdo foi produzido com o auxílio de ferramentas de inteligência artificial [...]” (Estadão, 2023, online). Na Folha, é obrigatória a sinalização também para imagens de fotorrealismo quando estas são o objeto da matéria, mas, com a permissividade do uso para ilustração, ela não indica se será necessário sinalizar ilustrações geradas por IA.

Ao privilegiar a sinalização de conteúdo audiovisual, os princípios acabam por reforçar uma visão mais restrita dos riscos envolvidos no uso da IA, focada na dimensão do engano visual, deixando em segundo plano usos menos visíveis, como os próprios usos que ela estabelece, como na sumarização ou na sugestão de títulos, ou até mesmo na escrita da reportagem, nos quais a intervenção da IA pode ser ainda mais invisível. Há ainda casos em que o veículo comete gafes, deixando explícito o uso da IA, embora não sinalizado, como ocorreu com o G1 em agosto de 2025.

Figura 1 – Reportagem do G1 veiculada com trechos da IA

6. Jogos eletrônicos

O Senado proibiu o acesso de crianças e adolescentes a jogos eletrônicos que contenham loot boxes (caixas de recompensa que funcionam como apostas).

➡ O relator da proposta, senador Flávio Arns (PSB-PR), argumentou que esse tipo de prática se assemelha a jogos de azar e poderia incentivar menores de idade ao vício.

Próximos passos

O projeto segue agora para sanção do presidente Lula. Se virar lei, caberá ao governo regulamentar como será feita a verificação de idade e a fiscalização sobre as plataformas.

Quer que eu faça também uma linha-fina chamando o ponto mais impactante (como as multas de até R\$ 50 milhões e o controle parental obrigatório), para dar mais força na abertura.

Fonte: publicação corrigida, acesso realizado via ferramenta de arquivamento online, mas não há sinalização de uso de IA. G1. Projeto contra a adultização nas redes: entenda, em 6 pontos, o texto que vai à sanção de Lula. G1, 28 ago. 2025.¹⁵

Aplicação e Limites da IA

Nos documentos analisados, as aplicações e limitações da IA são abordadas de forma específica, exceto na Folha, que apresenta essas informações em frases curtas, menos detalhadas. No Estadão e na BBC, cada ferramenta é detalhada quanto ao seu funcionamento e ao grau de obrigatoriedade de uso. O quadro 4, a seguir, ilustra os usos permitidos da IA nas organizações:

Quadro 4 - Usos e tipos de uso da IA permitidos nos princípios editoriais

Categoria de Uso	BBC	Estadão	Grupo Globo	Folha de S. Paulo
Apuração/Produção	Com supervisão	Com revisão	Com supervisão	Com revisão
Análise de dados	Permitido	Permitido em dados públicos	Permitido	Permitido
Transcrição/Tradução	Permitido	Se dominar idioma	Não menciona	Não menciona
Edição de textos	Permitido	Permitido	Permitido	Não menciona
Criação de imagens	Não permitido em factuais	Não permitido, com exceção aprovação Comitê	Se não enganar	Apenas ilustrações
Criação de vídeos	Proibido manipular	Não permitido, com exceção aprovação Comitê	Para pequenas correções	Não menciona

¹⁵ A reportagem do G1 veiculada em agosto contém um trecho de sugestão textual da inteligência artificial “Quer que eu faça também uma linha-fina chamando o ponto mais impactante[...]”. O erro foi sinalizado pelo público nos comentários e nas redes sociais, sendo corrigido ainda no mesmo dia da publicação, no entanto, nem antes ou posterior ao ocorrido, a matéria não foi sinalizada com uso de IA. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20250828080759/https://g1.globo.com/politica/noticia/2025/08/28/projeto-contra-adultizacao-nas-redes-entenda-em-6-pontos-texto-que-vai-a-sancao-de-lula.ghhtml>. Acesso em: 27 nov. 2025.

Clonagem de voz	Proibido sem consentimento	Permitido	Com autorização	Não menciona
Pauta/Criatividade	Indiretamente (ideação)	Não recomenda	Não menciona	Permitido
Busca/Pesquisa	Não recomendável	Não recomendável	Com cuidado	Não menciona
Distribuição/Recomendação	Com supervisão editorial	Não menciona	Para otimizar alcance	Não menciona

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

As quatro organizações revelam estratégias distintas. O Estadão (2023) estimula o uso que chamam de experimental, mas estabelece proibições explícitas para a maioria das aplicações criativas (imagem, vídeo e áudio), salvo aquelas que tem aprovação de seu comitê para IA. A BBC (2025) é a mais detalhada, usando do princípio como uma forma de determinar uma governança, como a proibição de manipulação de imagens por meio de preenchimento generativo, embora permita o uso de técnicas de *deepfake* e similares para proteger a identidade das fontes. O Grupo Globo adota uma postura mais aberta aos usos, deixando o limite do uso da IA generativa nos textos opinativos e editoriais. Enquanto a Folha oferece orientações genéricas, deixando maior margem para interpretação.

Há indícios de geração de texto, principalmente voltada à otimização para redes sociais, mas isso não está claro nem evidenciado nos princípios. O que se observa é que esses usos devem se restringir a títulos e chamadas, uma vez que essas organizações possuem ferramentas de auxílio para isso, como a LeiaIA (Estadão) e a BBC Style, entre outras. Além disso, elas sinalizam o uso de sistemas de IA para a distribuição e a recomendação de conteúdo, especialmente mencionado pela BBC e pelo Grupo Globo.

Percebe-se que usos envolvendo análise de dados, ferramentas de auxílio (como tradução e sumarização) e recomendação possuem permissão mais ampla, enquanto os de geração de texto não são mencionados, e os de manipulação de conteúdo visual são restritos. Todas as organizações estabelecem algum tipo de restrição à geração de imagens e vídeos, e, em todos os casos, é impedida a geração daquelas que se relacionem com os factuais (fotojornalismo). Essa cautela quanto ao modo generativo visa mitigar riscos que possam comprometer a integridade editorial.

De forma geral, as organizações convergem ao sinalizar que a IA generativa é mais apta a processos técnicos (tradução, correção, análise) do que a processos interpretativos.

Quanto ao pautamento jornalístico, a Folha menciona explicitamente o uso de IA desde a concepção da pauta, enquanto a BBC se refere a processos criativos, embora alerte para o risco de comprometer a independência editorial. No campo da apuração, o Estadão e a BBC alertam para "alucinações" e vieses, exigindo que qualquer resultado de pesquisa com IA seja verificado pelo responsável. Entre os documentos, o Grupo Globo é o que menos salienta os possíveis riscos atribuídos a IA.

Por fim, a distribuição via algoritmos de recomendação é citada pela Globo e BBC como forma de personalizar o consumo e otimizar o alcance. O Grupo Globo justifica esse uso pela necessidade de criar versões de reportagens para diferentes plataformas.

Conclusão

A partir da análise, percebe-se que os princípios editoriais sobre o uso da inteligência artificial têm dupla função: estabelecer limites éticos e de transparência, garantindo a credibilidade institucional, e, ao mesmo tempo, incentivar a adoção dessas ferramentas nas rotinas produtivas. Nos documentos, jornalistas são convocados a se atualizar tecnologicamente, sob a justificativa de que a IA contribui para otimizar processos, liberar tempo e aprimorar a qualidade do trabalho.

Contudo, esse incentivo vai além de uma mera abertura à experimentação, ele assume um caráter imperativo de adaptação, sobretudo nos grandes grupos midiáticos. O profissional passa a ser instado a alinhar-se às exigências da máquina, sob pena de tornar-se substituível nas novas dinâmicas produtivas. Ainda que os princípios reforcem a importância da supervisão humana e da responsabilidade editorial, parte das decisões tradicionalmente jornalísticas, como a triagem de dados, o enquadramento das pautas e mesmo a redação, tende a ser mediada por sistemas algorítmicos. Essa transferência parcial de funções desafia o pacto de confiança entre a imprensa e o público.

Ao enfatizarem a transparência como principal eixo ético, os veículos dão um passo relevante, especialmente ao tornarem públicas as diretrizes de uso. Entretanto, a reflexão sobre as implicações mais amplas do uso da IA, como a desinformação, a proteção de dados e as condições

de trabalho, permanece restrita. O discurso da eficiência e da inovação aparece combinado a interesses empresariais, o que revela tensões entre produtividade e qualidade editorial, e entre controle humano e automação de processos.

Além disso, a responsabilização recai sobretudo sobre o jornalista, que deve supervisionar e corrigir os resultados das ferramentas, ainda que seja a própria organização a estimular seu uso. A adoção de conselhos editoriais, como no Estadão e na BBC, sinaliza preocupação institucional, mas não elimina o risco de individualizar as falhas.

Os princípios editoriais para IA funcionam como mecanismos de autorregulação criados pelos próprios veículos para orientar o uso dessas tecnologias e mitigar riscos, mas fazem isso sobretudo a partir da lógica da eficiência produtiva, com foco em usos técnicos e operacionais, sem enfrentar, de forma aprofundada, as questões éticas. Mas, principalmente, o princípio editorial e os manuais são formas de incentivar o jornalista a adotar a IA.

Portanto, embora haja uma base comum e valores compartilhados entre essas organizações, é nítido que esses documentos carecem de uma abordagem mais crítica sobre os efeitos complexos da inteligência artificial na prática jornalística e na sociedade, uma vez que suas preocupações se centralizam na melhoria da produtividade, e não na prometida qualidade jornalística, com ressalvas pontuais, como no caso da BBC, que se destaca pela governança da IA.

As propostas se concentram mais em ganhos de produtividade e seus argumentos se sustentam na melhoria da qualidade do jornalismo, que, até então, é uma prática essencialmente humana (Canavilhas, 2025). Diante disso, torna-se necessário aprofundar a investigação sobre como a IA é, de fato, incorporada às rotinas jornalísticas, seus usos não prescritos e seus impactos sobre a autonomia profissional e, principalmente, as implicações que isso acarreta nas condições de trabalho.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO ONLINE (AJOR). **Guia de Inteligência Artificial para Organizações Jornalísticas**. V2. 2024. Disponível em: <https://ajor.org.br/guia-de-inteligencia-artificial-para-organizacoes-jornalisticas/>. Acesso em: 27 nov. 2025.

BAACK, Stefan. A Critical Analysis of the Largest Source for Generative AI Training Data: Common Crawl. In: THE ACM CONFERENCE ON FAIRNESS, ACCOUNTABILITY, AND TRANSPARENCY,

2024, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos da 2024 ACM **Conference on Fairness, Accountability, and Transparency** (FAccT '24). New York, NY, USA: ACM, 2024. 10 p. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3630106.3659033>. Acesso em: 09 de jun. 2025.

BBC. AI Transparency. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/supplying/working-with-us/ai-transparency/>. Acesso em: 22 out. 2025.

BBC. Guidance: The use of Artificial Intelligence. 2025. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence>. Acesso em: 07 de jun. 2025.

BBC. Guidance: The use of Artificial Intelligence. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence>. Acesso em: 22 out. 2025.

BBC. What we're doing with AI. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/policies/what-were-doing-with-ai/>. Acesso em: 22 out. 2025.

BECKETT, Charlie; YASEEN, Mira. Generating Change: a global survey of what news organisations are doing with artificial intelligence. Journalism IA . London School of Economics and Political Science, 2023. Disponível em: <https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>. Acesso em: 23 jun. 2025.

BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa** . São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

CARDOSO, Ana Paula; LIMA, Gislene Nogueira. As boas práticas e os princípios incorporados em manuais de redação sobre o uso de IA generativa no jornalismo de emissoras públicas. In : **47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** . Univali, 2024. p. 1-8.

COSTA, Moisés. Jornalismo deve priorizar o humano diante da plataformização imposta pela IA. **Farol Jornalismo** , 10 dez. 2024. Disponível em: <https://faroljornalismo.substack.com/p/jornalismo-deve-priorizar-o-humano>. Acesso em: 30 de jun 2025.

COULDRY, N.; MEJÍAS, U. **The costs of connection: how data is colonizing human life and appropriating it for capitalism** . Palo Alto: Stanford University Press, 2019.

CRAWFORD, Kate. **Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence** . Connecticut: Yale University Press, 2021.

Estadão. Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas. São Paulo, 22 nov. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/>. Acesso em: 23 jun. 2025.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Brasília , 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros-1985-2007/> . Acesso em: 5 dez. 2025.

FIGARO, Roseli. Comunicação na era da inteligência artificial: da ideologia neoliberal ao colonialismo de dados. **Fronteiras – estudos midiáticos** , São Leopoldo, v. 26, n. 1, p. 116, 2024. DOI:

10.4013/fem.2024.261.01.

Disponível

em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/26015> . Acesso em: 5 dez. 2025.

FIGARO, Roseli. O ingrediente segredo dos algoritmos: a produção de dados dos trabalhadores. **Nexo Jornal** , 11 mar. 2021. Atualizado em 28 dez. 2023. Disponível em: <https://pp.nexojornal.com.br/ponto-de-vista/2021/o-ingrediente-secreto-dos-algoritmos-a-produ%C3%A7%C3%A3o-de-dados-dos-trabalhadores>. Acesso em: 1 jul. 2025.

FILHO, R. N. I.; MARRAFON, M. A.; MEDÓN, F. A inteligência artificial a serviço da desinformação: como as deepfakes e as redes automatizadas abalam a liberdade de ideias no debate público e a democracia constitucional e deliberativa. In: **Economic Analysis of Law Review** , v. 13, n. 3, p-32-47, out-dez 2022. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/EALR/article/view/12527>>. Acesso em: 17 nov. 2024.

Folha de S. Paulo . Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância : Manual de Redação. Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/inteligencia-artificial.shtml>. Acesso em: 07 de jul. 2025.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação** . 2. ed., 4. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010. p. 280-303.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** . 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos** . Parágrafo, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018.

GROHMANN, R. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eptic** , v. 22, n. 1, p. 106-122, 2019.

GROHMANN, Rafael. A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. **Liinc em Revista** , v. 16, n. 1, p. e5145, 2020. DOI: 10.18617/liinc.v16i1.5145. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5145>. Acesso em: 02 jul. 2025.

Grupo Globo. Princípios Editoriais Do Grupo Globo . Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#principios-editoriais>. Acesso em: 07 jun. 2025.

HUANG, Lei et al. A survey on hallucination in Large Language Models: Principles, taxonomy, challenges, and open questions. **ACM Transactions on Information Systems** , v. 1, n. 1, p. 1–58, Jan. 2024. p. 6. <https://doi.org/10.1145/3703155>

IBM – Internacional Business Machines. Get Startet with Artificial intelligence . 14 jun 2021. Disponível em: < <https://www.ibm.com/br-pt/think/topics/artificial-intelligence> > Acesso em 23 de jun. 2025.

IBM – Internacional Business Machines. O que é inteligência artificial? 2024. Disponível em: <https://www.ibm.com/br-pt/think/topics/artificial-intelligence>. Acesso em: 29 jun. 2025.

LAGE, Nilson. **Entrevista concedida à Patrícia Paixão por e-mail**. 8 jun. 2017.

LEMONS, André Luiz Martins. Erros, falhas e perturbações digitais em alucinações das IAs generativas:

tipologia, premissas e epistemologia da comunicação. **MATRIZES**, [S.L.], v. 18, n. 1, p. 75-91, 30 abr. 2024. Universidade de São Paulo. Agência de Bibliotecas e Coleções Digitais. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i1p75-91>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/210892>. Acesso em: 04 out. 2024.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 39-56, 2016. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613>.

MOMENTUM. **Jornalismo e Inteligência Artificial**. 2024. Disponível em: https://momentumnewsandtech.org/wpcontent/uploads/2024/11/Momentum_JornalismoAI_Portugues.pdf. Acesso em: 30 de jul 2025.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). **Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence**. Paris: UNESCO, 2022. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/artificial-intelligence/recommendation-ethics>. Acesso em: 5 nov. 2025.

PAIXÃO, Patrícia. Linha editorial no jornalismo brasileiro: conceito, gênese e contradições entre a teoria e a prática. **Revista Alterjor**: jornalismo popular e alternativo, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 91-107, jan./jun. 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/alterjor/article/download/137224/137486/280730>. Acesso em: 6 dez. 2025.

PRADO, Magaly. **Fake News e inteligência artificial: o poder dos algoritmos na guerra da desinformação**. São Paulo: Edições 70, 2022.

SADOWSKI, J. When data is capital: datafication, accumulation and extraction. **Big Data & Society**, p. 1-12, Jan-Jun 2019. DOI: <https://doi.org/10.1177/2053951718820549>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053951718820549>. Acesso em: 04 de out. 2024.

SANAHUJA-SANAHUJA, Rosana; LÓPEZ-RABADÁN, Pablo. Guías éticas para el uso periodístico de la GenAI. Tendencias del debate internacional y avances de la autorregulación en España. **Communication & Society**, v. 38, n. 1, p. 214-231, 2025.

SANTAELLA, Lucia. A criatividade nos prismas da Inteligência Artificial Generativa. **Triade: Comunicação, Cultura e Mídia**, Sorocaba, SP, v. 12, n. 25, p. e024011, 2024. DOI: 10.22484/2318-5694.2024v12id5588. Disponível em: <https://periodicos.uniso.br/triade/article/view/5588>. Acesso em: 3 jul. 2025.

SANTAELLA, Lucia. **A inteligência artificial é inteligente?** Vol. 1. São Paulo: Almedina, 2023.

SANTAELLA, Lucia; KAUFMAN, Dora. A Inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. **MATRIZES**, 18(1), 37-53. 2022. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i1p37-53>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/210892>. Acesso em: 04 out. 2024.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. **The Platform Society: public values in a connective world**. Londres: Oxford Press, 2018.



XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura. Faculdade Cáster Libero. De 11 a 13 de novembro de 2025.