

A inteligência artificial no combate à desinformação: limites e potencialidades do projeto Fátima do Aos Fatos¹

Gabriel Bhering²

Rai de Castro³

Thuany Menezes⁴

Jean Almeida⁵

Resumo:

O avanço da Inteligência Artificial (IA) tem trazido novos desafios e oportunidades para o combate à desinformação. Este artigo explora o potencial e as limitações do projeto “Fátima”, desenvolvido pela agência de checagem Aos Fatos, que utiliza uma IA para monitorar, identificar e desmentir informações falsas em plataformas digitais. A partir de uma revisão bibliográfica e pesquisa documental, o estudo analisa como a Fátima — uma ferramenta de chatbot alimentada por IA — pode ser integrada nas práticas jornalísticas para melhorar a verificação de fatos, ao mesmo tempo em que destaca os desafios técnicos e éticos que acompanham o uso dessa tecnologia. Embora o projeto apresente significativas vantagens no combate à desinformação, especialmente em um contexto de crescente uso de *deep fakes* e outras tecnologias avançadas, também enfrenta limitações que precisam ser abordadas para maximizar a sua eficácia. Diante disso, o presente trabalho sugere a necessidade de mais investimentos e pesquisas para aprimorar o uso da IA no jornalismo,

¹ Trabalho apresentado no GT 2 - Estratégias de comunicação em ambientes digitais do IV Encontro Virtual da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura: Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial. Realização da UNIFAE, nos dias 20 e 21 de junho de 2024.

² Bacharel em Jornalismo, mestrando em Comunicação pelo PPGCOM-UFJF, bolsista CNPq, bhering.gabriel@estudante.ufjf.br

³ Bacharel em Jornalismo, mestrando em Comunicação pelo PPGCOM-UFJF, raidecastro9@gmail.com.

⁴ Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, integrante do NJA - Núcleo de Jornalismo e Audiovisual

⁵ Estudante do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Jornalismo e Audiovisual, almeidapaulo.jean@estudante.ufjf.br

promovendo colaborações entre jornalistas, desenvolvedores e pesquisadores.

Palavras-chave

Desinformação; checagem; Inteligência Artificial; jornalismo; projeto Fátima

Introdução

Atualmente, a desinformação não falseia apenas a forma da notícia, mas é capaz de manipular, por exemplo, voz e rosto a partir da Inteligência Artificial (IA). Ou seja, o trabalho do jornalista, que foi dobrado para conseguir checar as “*fake news*”, agora precisa ser ainda mais intensificado diante dos conteúdos falsos advindos da IA. Diferente do falseamento de notícias, as desinformações produzidas com IA geram muito mais dúvida pela qualidade que apresentam, como a foto do Papa Francisco vestindo um casaco branco de Filipo Sorcinelli, que chegou a virar uma matéria na Vogue republicada no site da Globo com o seguinte título: “Papa Francisco viraliza ao usar jaqueta branca, midi e cheia de detalhes: ‘Muito icônico’”. Em seguida, o grupo Globo desmentiu a desinformação, mas também foi vítima das armadilhas da IA. Apesar dos perigos dessa nova tecnologia para o exercício do jornalismo profissional, já existem casos de checagens sendo realizados com apoio dessa tecnologia, como o projeto “Fátima”, da agência de checagem “Aos Fatos”, que será refletido neste artigo a partir de uma revisão bibliográfica e de uma pesquisa documental, feitas a fim de entender quais são as potencialidades e os limites dessa estratégia de checagem produzida com o apoio da IA.

Inicialmente, os algoritmos se voltavam principalmente para atividade de responder às estatísticas de pesquisas em sites, mas atualmente eles incorporam toda a lógica das plataformas (Gillespie, 2014). Durante esse processo, muitas vezes, acabam sendo vendidos de modo a fazer pensar que não são capazes de influenciar as dinâmicas das redes, mas sabe-se que “nenhum serviço de informações pode ser completamente isento de interferência humana ao entregar informações” (Gillespie, 2014, p.107).

Da mesma forma que é reconhecida a interferência humana nos algoritmos, a presença humana também precisa ser vista como um fenômeno presente em uma inteligência chamada de artificial, que muitas vezes é dada como algo totalmente mecânico e neutro, sendo que há em seu processo de programação e construção um conjunto de humanos colaborando em seu desenvolvimento — e, portanto, impactando em suas *affordances*⁶ e efeitos geradores.

A partir do modo como essas tecnologias são vendidas pelas corporações e a maneira como as experiências dos usuários decorrem diante delas, o imaginário social é construído. No caso dos algoritmos, Bucher (2016) realizou um estudo observando como esse conceito repercutiu na mente de usuários do X (antigo Twitter), através de seus pronunciamentos sobre o assunto publicados na plataforma de mídia social.

Se quisermos compreender o poder social dos algoritmos, então, criticar o seu funcionamento não é suficiente. Embora os algoritmos certamente façam coisas com as pessoas, as pessoas também fazem coisas com os algoritmos. O poder social dos algoritmos – particularmente no contexto da aprendizagem automática – decorre das “relações de força” recursivas entre pessoas e algoritmos. (Bucher, 2016, p.12, tradução nossa)

Em outras palavras, não basta criticar os algoritmos ou, se voltando para este artigo, a Inteligência Artificial, para combater o problema da desinformação advinda com essa nova tecnologia, pois do mesmo modo que há relações de poder sendo exercida pelos criadores da IA, os humanos em papéis de usuários ao fazerem uso dessa tecnologia também impactam em seus efeitos na sociedade, seja de modo negativo ao desinformar ou positivo, como ilustra o projeto da Robô Fátima do Aos Fato.

⁶ *Affordances* é um conceito que se refere às possibilidades de ação que um determinado objeto ou ambiente oferece a um usuário. Originalmente proposto por James Gibson no contexto da psicologia ambiental, o termo foi adaptado para diversas áreas, incluindo o estudo das plataformas digitais. Neste trabalho, tomamos como *affordances* as funcionalidades e características que as plataformas oferecem e que possibilitam diferentes tipos de interação e uso por parte dos usuários.

A Inteligência artificial e o fenômeno da desinformação

Em primeiro lugar, é importante esclarecer que o fenômeno da desinformação está inserido, na perspectiva de (Derakhshan & Wardle, 2017), na “Desordem Informacional”. Este conceito abrange, então, a 1) desinformação que está ligada com os conteúdos produzidos com a intenção de desinformar, como acontece com frequência no período eleitoral; 2) a informação incorreta que diz respeito aos casos em que a transmissão mesmo sendo errada, não foi arquitetada com a intenção de prejudicar terceiros; e também a 3) informação maliciosa que, mesmo sendo verdadeira, não agrega em nada no debate público, como dados bancários de terceiros.

Já o conceito de Inteligência Artificial (IA) foi proposto por John McCarthy em 1956 na Conferência de Dartmouth para a Fundação Rockefeller, sendo considerado no início um ataque à condição humana (Cardoso *et al*, 2020). Com o passar das décadas, a tecnologia foi avançado ao ponto de repercutir nas mais diferentes áreas do conhecimento, como o Jornalismo, que sempre precisou lidar com uma abundância de dados de modo manual, podendo agora utilizar do processo de “*data mining*” (mineração dos dados), que garante resultados mais precisos. “Nada indica que o jornalista será completamente substituído por sistemas de inteligência artificial, mas o convívio entre homem e máquina na área já é uma realidade” (Cardozo *et al*, 2020, p. 57).

Essa relação, provocada pelo progresso das IAs, também pode trazer desafios para a profissão do jornalista ao complexificar o fenômeno da desinformação. Uma das inovações mais preocupantes nesse sentido são os *deep fakes*, conteúdos de mídia gerados por IA que podem recriar áudio e vídeo, gerando representações falsas e convincentes de eventos e declarações. De acordo com Santaella e Salgado (2021), os *deep fakes* têm a capacidade de distorcer, intencionalmente ou não, a percepção pública sobre indivíduos, associando seus nomes e identidades a ideias ou atos que não correspondem à realidade. Essa tecnologia

pode ser usada para difamar, enganar ou manipular audiências, criando falsidades difíceis de detectar sem ferramentas avançadas de verificação.

Desse modo, além dos desafios técnicos e éticos que a Inteligência Artificial (IA) traz ao campo do jornalismo, é essencial considerar o impacto social e político de sua aplicação. A IA tem o potencial de amplificar vieses existentes, tanto nas plataformas de distribuição de conteúdo quanto nos próprios algoritmos utilizados para detectar desinformação. Segundo O'Neil (2016), algoritmos de IA, quando não monitorados e calibrados adequadamente, podem perpetuar e até exacerbar injustiças sociais, uma vez que em diversos momentos operam de forma opaca, sem a devida transparência e responsabilidade. De tal modo que, enquanto a IA pode ser uma aliada poderosa na luta contra a desinformação, sua aplicação requer uma vigilância constante para assegurar que suas operações sejam justas e igualitárias. O desenvolvimento de IA para o jornalismo, portanto, deve incluir uma consideração cuidadosa de seus efeitos potenciais sobre diferentes grupos sociais, garantindo que as ferramentas criadas não só melhorem a precisão das notícias, mas também fortaleçam a justiça e a igualdade no ambiente informativo.

Nota-se como um exemplo positivo do uso da IA para combater a desinformação o projeto “Fátima”, desenvolvido pelo portal Aos Fatos. Esse projeto utiliza algoritmos avançados de análise de dados e processamento de linguagem natural para monitorar, identificar e desmentir informações falsas disseminadas em diversas plataformas digitais. O projeto destaca-se em um contexto onde a verificação de fatos é essencial para preservar a informação. A IA permite analisar rapidamente diferentes tipos de dados e responder com eficiência, algo que seria inalcançável manualmente.

A Fátima tem um grande potencial para combater a desinformação. Ela pode processar rapidamente diversos tipos de dados, identificar padrões suspeitos e oferecer verificações em tempo real. No entanto, ocorre às vezes a incapacidade da IA de responder alguma notícia suspeita por falta de recursos no banco de dados — quando é o caso, a

própria inteligência artificial encaminha para um grupo de jornalistas do portal para que os profissionais verifiquem a informação. Essas ferramentas são essenciais para responder rapidamente a surtos de desinformação e diminuir seus impactos antes que se espalhem amplamente.

O projeto “Fátima”: complexidades e potencialidades

O robô Fátima — cujo nome é adaptado de “factma”, abreviação para *fact machine* — é um projeto lançado em 2019 pelo site jornalístico independente de verificação Aos Fatos. Inicialmente disponível apenas no site do veículo e no Twitter, o projeto abrange, hoje, outras plataformas digitais, como o WhatsApp, o Facebook e o Telegram. A ferramenta, que está na sua quarta fase — em uma versão beta, utilizada para testes —, tem como função, segundo descrição do próprio Aos Fatos, ensinar o usuário a “procurar informações confiáveis”⁷.

No formato *chatbot* — uma espécie de assistente virtual que usa inteligência artificial e programação para se comunicar, por texto, com o usuário —, disponível nos aplicativos de mensagem, o robô se apresenta como uma ferramenta útil para “separar notícia de opinião, procurar dados confiáveis e saber procurar por indícios de credibilidade de uma notícia, de um meme ou mesmo de um vídeo”⁸. No Twitter, a promessa é outra: o robô trabalha para “rastrear usuários que compartilham links falsos”⁹.

A versão beta da Fátima foi apresentada em novembro de 2023 sob a nomenclatura FátimaGTP e incorpora a tecnologia de LLM (sigla em inglês para Grande Modelo de

⁷ Disponível em

<https://www.youtube.com/watch?v=yziW9TWgMXU&list=PLn92GYEvD3xeE9Vra3u0lt0KcNFd5VrrM&index=2>

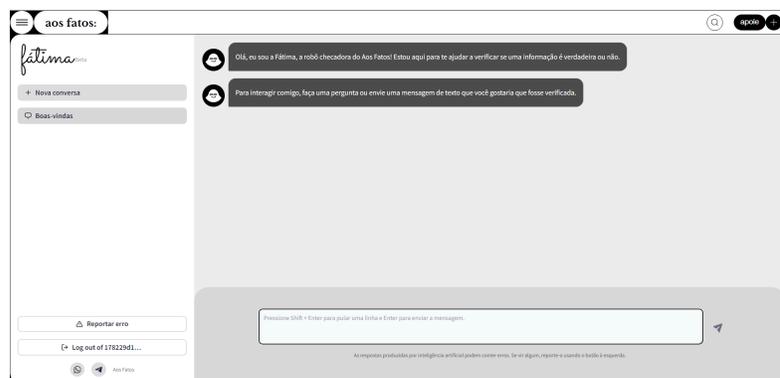
⁸ Disponível em

<https://www.youtube.com/watch?v=yziW9TWgMXU&list=PLn92GYEvD3xeE9Vra3u0lt0KcNFd5VrrM&index=2>

⁹ Disponível em

<https://www.youtube.com/watch?v=yziW9TWgMXU&list=PLn92GYEvD3xeE9Vra3u0lt0KcNFd5VrrM&index=2>

Linguagem) para interpretar as perguntas dos usuários e dar respostas mais relevantes em linguagem natural. A versão do robô utiliza um banco de dados com reportagens e checagens já publicadas pelo Aos Fatos conectado ao GPT-4 — modelo de inteligência artificial da empresa OpenAI —, e as respostas são formuladas usando apenas o conteúdo produzido pelo Aos Fatos, com recorte de conteúdos publicados até março de 2023¹⁰.



Página inicial do site da Fátima (Fonte: aosfatos.org/fatima)

Segundo Fávero (apud Ajour, 2023), a estratégia de aliar a Fátima ao projeto GTP minimiza a ocorrência de resoluções erradas e permite atualizar as informações diariamente. Para o diretor de inovação do Aos Fatos, o aproveitamento do conteúdo produzido pelo veículo é um destaque, já que, em seu modelo convencional, o ChatGTP utiliza coletadas apenas até 2021.

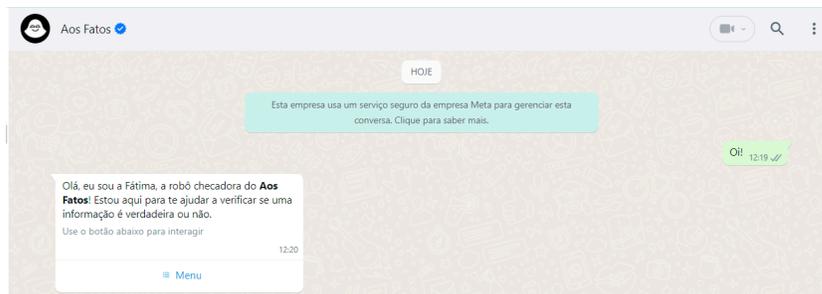
Sobre a potencialidade da Fátima de impactar o campo jornalístico, Fávero pontua que a aliança da robô de checagem com o chatbot americano torna a ferramenta brasileira ainda mais útil para levar informação verificada à sociedade e que ela pode se tornar um bom exemplo de como aplicar IA generativa para ajudar a aumentar o alcance do jornalismo. Nessa esteira, Nalon (apud Terra, 2023) aponta que os recorrentes problemas

¹⁰ O dado foi fornecido pela própria Fátima, em resposta a uma pergunta feita à robô sobre o recorte da base de dados utilizada por ela. Acesso em 28 mai 2022.

envolvendo desinformação e ódio em aplicativos reforçam a demanda por jornalismo confiável e inovador nesses dispositivos.

A versão beta da FátimaGTP, no entanto, pode apresentar falhas. Segundo o Aos Fatos, “nesta nova fase, o objetivo é coletar impressões dos leitores sobre a precisão e segurança do chatbot [e], por se tratar de uma versão de testes, é possível que o chatbot produza respostas imprecisas ou que fique momentaneamente indisponível” (Aos Fatos, 2023).

Não obstante a fase de testes, a robô checadora insere o Brasil numa espécie de esforço internacional para o combate à desinformação. A FátimaGTP tem o apoio da Fundação Heinrich Böll, e a ferramenta vem sendo desenvolvida desde que o Aos Fatos foi selecionado para participar do programa JournalismAI, da LSE (*London School of Economics and Social Sciences*). O projeto da LSE, inclusive, conta com jornalistas brasileiros, que a redação do Aos Fatos colabora com os sites Newtral, da Espanha, e Núcleo Jornalismo, do Brasil — pertencentes ao projeto, que pesquisa soluções de inteligência artificial para *chatbots* jornalísticos.



Apresentação da Fátima no WhatsApp (fonte: próprios autores)

Em 2024, o projeto brasileiro ganhou o concurso Digital Media Américas 2024, organizado pela Associação Mundial de Editores de Notícias (WAN-IFRA), que premia os melhores trabalhos jornalísticos do continente americano. A premiação recente se somou a

duas conquistas anteriores do projeto Fátima: em 2023, a estratégia para as eleições de 2022 do chatbot Fátima no Telegram venceu a categoria engajamento de audiência no Digital Media Américas, e em 2019, a primeira versão do projeto saiu vencedora do Prêmio Cláudio Weber de Jornalismo de Dados na categoria inovação. Em suas diferentes fases, a Fátima já recebeu financiamentos de cinco organizações, dentre elas a Meta.

Mas o que justificaria a aposta nesse modelo? A implementação de um robô como a Fátima parece trazer inúmeros benefícios, num sentido bidirecional, tanto para o público quanto para a qualidade do ecossistema informativo. Uma das principais vantagens da ferramenta é a adesão — ou reforço de uma adesão já iniciada — dos veículos de comunicação ao movimento de combate à desinformação instaurado na imprensa, especialmente com a checagem de fatos, principalmente a partir de 2016, quando emergiram problemáticas relacionadas às chamadas *fake news* nas eleições presidenciais estadunidenses. Desde então, o número de iniciativas voltadas à checagem de fatos cresceu, apresentando-se como uma “espécie de antídoto” (Jesus *et al*, 2019, p. 2) criado pelo jornalismo, em diversos países, inclusive no Brasil.

De acordo com o Duke Reporters’ Lab⁶, de 2014 a 2018 o número de ações neste sentido dobrou, chegando a cerca de 150 em mais de 40 países. De acordo com o levantamento, 54% desses projetos estão vinculados a veículos tradicionais de mídia. O Brasil foi um dos países que acompanhou o movimento das agências de factchecking e em 2015 surgiram três grandes projetos: Aos Fatos; Agência Lupa e Truco No Congresso (Jesus *et al*, 2019, p. 2).

Além disso, a eficiência e rapidez desses robôs se destacam. Enquanto verificadores humanos podem levar tempo para checar uma informação, robôs são capazes de processar grandes volumes de dados em questão de segundos, permitindo que a verificação ocorra em tempo real — o que é crucial em momentos de crise, como eleições ou pandemias, quando informações precisas e atualizadas são essenciais para a tomada de decisões informadas. Outro benefício importante é a cobertura ampla oferecida por esses robôs. A partir do

pensamento Latour (2005), que explora a ideia de “actantes”¹¹ na sociologia das redes, os robôs verificadores podem ser considerados como agentes não humanos com capacidade de monitorar uma vasta quantidade de fontes simultaneamente. Num certo sentido, uma estratégia como o projeto “Fátima” pode aumentar as chances de detectar e corrigir informações falsas antes que se tornem virais, exercendo assim um papel significativo na manutenção da integridade do ambiente informativo digital, já que

Na comunicação em rede a lógica frontal e a noção limitada de repasse de informações é ampliada, uma vez que ao ingressarmos em arquiteturas interativas e nos conectarmos em ecossistemas informativos, nos inserimos em um contexto que permite a troca em redes de informações emitidas ao mesmo tempo por diversos actantes. Esses actantes não somente trocam informações, mas ao trocarem informações alteram a própria especificidade, em função da ampliação das possibilidades oferecidas por essas arquiteturas como: maior acesso e volume das informações, alterações das relações sociais, ampliação das atividades e interações possíveis de serem desenvolvidas (Santana, 2015, p. 8).

A checagem de fatos a partir de robôs também parecem ter a potencialidade de desempenhar um papel educativo, ao fornecer explicações sobre por que uma notícia é verdadeira ou falsa e apontar para fontes confiáveis, especialmente quando a arquitetura da ferramenta é desenhada não apenas para esclarecer os fatos, mas também para instruir os usuários a serem mais críticos em relação às informações que consomem. Nesse caso, a contribuição instrutiva da ferramenta se daria no sentido de um desenvolvimento daquelas habilidades pensadas no contexto da literacia midiática, especialmente interpretar e analisar conteúdos informativos no ambiente digital.

Vale destacar ainda que, para os veículos de comunicação, o uso de robôs

¹¹ Na teoria de Bruno Latour, um actante é qualquer entidade que pode agir ou causar efeitos em um sistema. Isso inclui tanto seres humanos quanto objetos, tecnologias, instituições e até ideias. Latour usa o conceito de actante para desafiar a visão tradicional de que apenas os seres humanos são agentes ou atores sociais. Em vez disso, ele argumenta que tudo o que participa de um processo pode ser considerado um actante, desde uma máquina até uma norma social.

verificadores de notícias pode representar uma economia significativa de tempo e recursos. Em vez de depender exclusivamente de equipes de checagem de fatos, essas organizações podem utilizar robôs para complementar o trabalho humano, potencializando a eficiência e a eficácia geral do processo de verificação. Além disso, a implementação de ferramentas de checagem automatizada pode fornecer uma espécie de consistência na verificação de informações, não apenas otimizando os processos editoriais, mas também permitindo que os veículos ofereçam um fluxo contínuo de notícias verificadas sem sobrecarregar os jornalistas.

O uso de *chatbots* na checagem de fatos, no entanto, apresenta diversas complexidades que precisam ser cuidadosamente consideradas pelos veículos de comunicação. Uma das principais dificuldades é a qualidade dos dados e dos algoritmos que sustentam esses sistemas. Os robôs dependem de grandes volumes de dados e de algoritmos avançados para realizar suas tarefas. Se as bases de dados usadas para treinar os chatbots forem desatualizadas, incompletas ou imprecisas, a checagem de fatos pode ser comprometida, resultando em validações incorretas e na propagação de informações errôneas. A confiabilidade dos *chatbots* na checagem de fatos depende diretamente da precisão das informações que eles fornecem. Se o *chatbot* baseia suas verificações em dados incorretos ou desatualizados, a confiabilidade dos resultados — e no próprio veículo — pode ser questionada.

Além disso, robôs como a Fátima podem possuir limitações na captação do contexto e as nuances das informações que verificam. Eles podem interpretar dados de forma literal, sem considerar o contexto cultural, histórico ou emocional das alegações. Isso pode levar a erros significativos, pois as informações muitas vezes exigem uma análise mais profunda para compreender sutilezas que um humano conseguiria discernir mais facilmente. Por exemplo, uma afirmação pode ser verdadeira em um contexto e falsa em outro, e os robôs podem não conseguir captar essas diferenças sutis.

Embora os *chatbots* possam responder a consultas e realizar tarefas básicas, sua capacidade de interatividade é limitada. A comunicação nesse tipo de ferramenta é geralmente baseada em *scripts* e algoritmos predeterminados, o que pode restringir a profundidade e a flexibilidade das interações. Quando os usuários têm perguntas complexas ou fora do padrão, os *chatbots* podem não conseguir fornecer respostas adequadas ou compreender o contexto completo da consulta. A qualidade da interação com uma ferramenta do tipo pode influenciar a percepção dos usuários sobre a confiabilidade do sistema e até mesmo do veículo que a utiliza. Se a experiência do usuário for insatisfatória ou se o *chatbot* não conseguir responder adequadamente às perguntas, a confiança no veículo pode ser comprometida.

Na balança do que se tem desenhado até aqui sobre a utilização de robôs como ferramenta de checagem no jornalismo — um terreno recente, ainda em construção, com poucos exemplos, como o projeto Fátima —, é possível concluir: apesar de sua capacidade de automação, os robôs não substituem completamente a necessidade de intervenção humana. A análise crítica e a interpretação profunda das informações frequentemente exigem habilidades e intuições que os sistemas automatizados ainda não conseguem replicar com exatidão. Os veículos de comunicação que desejam tomar robôs como aliados no serviço de oferta de checagem de fatos precisam garantir que haja uma supervisão humana adequada para gerenciar o trabalho desse tipo de ferramenta, que deve ser tomada como instrumento complementar aos esforços dos jornalistas nas redações.

Considerações finais

Neste estudo, constatou-se que os projetos que utilizam inteligência artificial (IA) para combater a desinformação apresentam dificuldades consideráveis, evidenciando uma escassez grave e preocupante neste domínio. Esta falta não só reflete as atuais limitações tecnológicas, mas também demonstra uma falta de priorização estratégica numa era em que

a desinformação se espalha a um ritmo acelerado e cada vez mais sofisticado. Portanto, deve ser enfatizada a necessidade urgente de investir mais e desenvolver tecnologias inovadoras especificamente para este propósito crítico. Os governos, as instituições acadêmicas e as empresas tecnológicas devem unir forças para impulsionar iniciativas que explorem o potencial da IA no jornalismo, promovam a colaboração interdisciplinar e superem os desafios técnicos e éticos associados à sua utilização.

Além disso, é necessário incentivar novos estudos e pesquisas que possam explorar as capacidades da IA, assegurando que suas aplicações no jornalismo sejam realizadas tanto de maneira eficaz quanto responsável. Por isso, este novo campo da IA aplicada ao jornalismo não só necessita de uma compreensão mais aprofundada, mas também de investigações contínuas e abrangentes para determinar como a IA pode ser integrada de maneira eficaz e ética nas práticas jornalísticas, garantindo que a busca pela informação correta e verificada seja sempre o foco principal.

Ademais, o estudo destaca o potencial da IA para o jornalismo, especialmente com base nas experiências já realizadas com o projeto Fátima, desenvolvido pela agência de checagem “Aos Fatos”. Este projeto demonstra como a IA pode ser utilizada para monitorar, identificar e desmentir informações falsas, comprovando-se uma ferramenta que pode ser aliada no combate à desinformação.

Os robôs, enquanto ferramentas de checagem de fatos, de fato oferecem uma utilidade significativa ao automatizar o processo de verificação de grandes volumes de informações com rapidez e precisão. Eles são capazes de cruzar dados e consultar múltiplas fontes em questão de segundos, reduzindo a carga de trabalho dos jornalistas e melhorando a eficiência na identificação de informações errôneas. No entanto, para alcançar resultados verdadeiramente robustos e confiáveis, é crucial que esses sistemas automatizados estejam aliados ao trabalho dos jornalistas humanos.

A capacidade dos robôs de compreender contextos complexos e nuances da

linguagem ainda é limitada, e a interpretação crítica e a análise aprofundada proporcionadas pelos profissionais são indispensáveis para validar e interpretar os resultados gerados pelas máquinas. Assim, a combinação da rapidez e eficiência dos robôs com a expertise e o julgamento crítico dos jornalistas garante uma checagem de fatos mais completa e precisa, refletindo o melhor de ambas as abordagens.

Para o futuro, é sugerido expandir os estudos sobre a aplicação da IA no jornalismo, com foco no desenvolvimento de novas tecnologias e metodologias que possam ser incorporadas nas práticas jornalísticas cotidianas. Também é fundamental incentivar a colaboração entre pesquisadores, jornalistas e desenvolvedores de tecnologia para criar soluções mais robustas e eficazes no combate à desinformação.

Referências

AOS FATOS. **Ajude a testar a FátimaGPT, nova versão da robô checadora do Aos Fatos**. 2023. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/ajude-a-testar-a-fatimagpt-nova-versao-da-robô-checadora-do-aos-fatos/>. Acesso em: 28 mai 2024.

BUCHER, Taina. **The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms**. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 1, p. 30-44, 2017.

CARDOZO, Missila; FERRARI, Pollyana; BOARINI, Margareth. **A inteligência artificial reconfigura a dinâmica comunicacional**. *Paradoxos, Uberlândia*, v. 5, n. 1, p. 49-65, jan./jun. 2020.

DERAKHSHAN, H.; WARDLE, C. **Information disorder: definitions**. In: *Understanding and addressing the desinformation system*, 1., 2017, Filadélfia. Annals... Filadélfia: University of Pennsylvania, 2017. p. 5-12. Disponível em: <https://bit.ly/2GbeyJ2>. Acesso em: 24 set. 2019.

GILLESPIE, Tarleton. **A relevância dos algoritmos**. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, v. 16, n. 2, p. 28-40, 2014.

JESUS, Adelaire Almeida de; MELLO, Clara; FERREIRA; Werveson; AGNEZ; Luciane. **A checagem de fatos no jornalismo brasileiro e o combate às fake news: duas experiências nas eleições 2018**. Em: *Anais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste*.

Goiânia, 2019. Disponível em:
<<https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0436-1.pdf>> Acesso em: 3 jul. 2024.

O'NEIL, Cathy. **Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy**. New York: Crown Publishing Group, 2016.

PODER360. Imagem falsa de papa Francisco com casaco volumoso viraliza. *Poder360*, 26 mar. 2023. Disponível em:
<https://www.poder360.com.br/poder-midia/midia/imagem-falsa-de-papa-francisco-com-casaco-volumoso-viraliza/>. Acesso em: 31 ago. 2024.

TERRA. **Aos Fatos ganha prêmio internacional por combate à desinformação no Telegram**. 2023. Disponível em:
<<https://www.terra.com.br/noticias/checamos/aos-fatos-ganha-premio-internacional-por-combate-a-desinformacao-no-telegram,62aa42b991ea682cef32c402f06ee44cvcyzfdnt.html>>. Acesso em: 28 mai 2024.

SANTAELLA, Lúcia; SALGADO, Marcelo de Mattos. **Deepfake e as consequências sociais da mecanização da desconfiança**. TECCOGS - Revista Digital de Tecnologias Cognitivas, n. 23, p. 90-103, jan./jun. 2021. Disponível em:
<<https://revistas.pucsp.br/index.php/teccogs/article/view/55981/37929>>. Acesso em: 28 mai. 2024.

SANTANA, Ana Patrícia. **Teoria Ator-Rede: uma alternativa para pensar a Comunicação em contextos digitais**. Em: Anais do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:
<<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0856-1.pdf>>. Acesso em 3 jul. 2024.