

## INSERÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO E SUAS PROBLEMÁTICAS TRABALHISTAS<sup>1</sup>

Emmanuely OLIVEIRA<sup>2</sup>; Safira BEZERRA<sup>3</sup>; Priscila MUNIZ<sup>4</sup>;

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT1 “Políticas de comunicação”

<sup>2</sup> Estudante de jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, emmanuely.assuncao@ichca.ufal.br

<sup>3</sup> Estudante de jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, safira.assuncao@ichca.ufal.br

<sup>4</sup> Professora do curso de jornalismo da Universidade Federal de Alagoas, priscila.medeiros@ichca.ufal.br

### RESUMO

A inserção da Inteligência Artificial (IA) na sociedade vem sendo objeto de estudo em amplos terrenos dentro da academia, dentre eles, a comunicação. A facilidade de utilização em contraponto à falta de responsabilização no jornalismo realizado por IA tem sido palco de diversas discussões quanto aos limites do seu uso e das inovações a partir dele. Dalben (2018) defende que o jornalismo automatizado “eleva potencialmente o grau de imitação e homogeneização dos conteúdos publicados” devido a limitação algorítmica dos sistemas de inteligência artificial.

Recentemente, o jornal tradicional brasileiro, Estadão, causou alvoroço entre a comunidade jornalística ao anunciar sua política de uso de IA, tanto para escrita de textos quanto para a criação de uma ferramenta de auxílio na leitura dos seus conteúdos, voltada aos leitores. A principal base da discussão acerca do uso da Inteligência Artificial no campo jornalístico vem do ponto da veracidade total das informações, que podem ser falsas ou fora de contexto quando produzidas pela máquina. Entretanto, aqui iremos analisar o outro lado da questão do jornalismo com a inserção da IA: onde ficam os profissionais jornalistas nesse cenário?

Primeiramente, precisamos analisar o que é a Inteligência Artificial. Segundo o filósofo francês Comte-Sponville (2003), a inteligência nada mais é que a capacidade de compreender e resolver um problema. O Estadão, por exemplo, afirma ter um Conselho de Ética para verificar o trabalho produzido através da Inteligência Artificial, entretanto em seu site é possível encontrar matérias que não constam da assinatura de um profissional, apenas de uma plataforma de inteligência artificial de uso livre. Tal situação abre outros parênteses de discussão: quem poderá ser responsabilizado pelas informações contidas naquele texto?

Elencando todas as colocações da discussão, é possível verificar o objeto de análise do presente artigo: o avanço da Inteligência Artificial no Jornalismo mediante a precarização e a depreciação do trabalho do profissional jornalista.

Para a realização dessa análise, foi realizado uma busca bibliográfica dos avanços do uso da IA dentro do jornalismo e da constante desvalorização do profissional nesse processo, que vem sendo cada vez mais sobrecarregado com o ideal de que a IA está ali para auxiliá-lo.

Para isso, realizou-se uma análise de conteúdo do material produzido exclusivamente por inteligência artificial no site do Estadão entre janeiro e julho de 2024, para discutir sua utilização de IA baseada no seu código de ética.

Entende-se que o papel do jornalista na fiscalização dos dados produzidos por IA é essencial perante a sua limitação de informações e incapacidade de apuração, requisito essencial para produções jornalísticas. Um comitê de fiscalização regido perante a ética jornalística auxilia, em vias de fato, o controle da veracidade do conteúdo produzido, no entanto não apresenta ação significativa no fomento da originalidade do conteúdo.

### REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CABRAL, L. R. A.; **JORNALISMO AUTOMATIZADO: Inteligência Artificial e robôs nas redações das organizações jornalísticas**. João Pessoa, 2022.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO Diógenes. **Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação**. v. 1. Brasília: Enap, 2021.

COMTE-SPONVILLE, André. **Dicionário filosófico**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DALBEN, Silvia. **Cartografando o jornalismo automatizado: redes sociotécnicas e incertezas na redação de notícias por "robôs"**. 117 f. (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2018.