UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO" - UNESP
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - FAAC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA - PPGMIT

JONAS GONÇALVES DA SILVA

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO:
Diretrizes éticas, valores institucionais e indicadores de boas práticas

Bauru
2025

JONAS GONÇALVES DA SILVA

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO:
Diretrizes éticas, valores institucionais e indicadores de boas práticas

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Mídia e Tecnologia.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Rolfsen Belda

Área de Concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos
Linha de Pesquisa: Gestão Midiática e Tecnológica

BAURU
2025

G635i

Gonçalves da Silva, Jonas
Inteligência Artificial no Jornalismo : diretrizes éticas, valores institucionais e indicadores de boas práticas / Jonas Gonçalves da Silva. -- Bauru, 2025
167 p. : il., tabs.

Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru
Orientador: Francisco Rolfsen Belda

1. Jornalismo. 2. Inteligência artificial. 3. Diretrizes institucionais. 4. Deontologia. 5. Autorregulação. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Dados fornecidos pelo autor(a).

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Bauru

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE JONAS GONÇALVES DA SILVA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN.

Aos 07 dias do mês de março do ano de 2025, às 14h, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de JONAS GONÇALVES DA SILVA, intitulada **Inteligência Artificial no Jornalismo: diretrizes éticas, valores institucionais e indicadores de boas práticas**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor FRANCISCO ROLFSEN BELDA (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design de Bauru, Professora Doutora ELIZABETH NICOLAU SAAD CORRÊA (Participação Virtual) do(a) Jornalismo e Editoração / Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP), Professor Associado PEDRO HENRIQUE VARONI DE CARVALHO (Participação Virtual) do(a) Letras / Universidade Federal de São Carlos. Após a exposição pelo doutorando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final: **Aprovado**. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professor Doutor FRANCISCO ROLFSEN BELDA

gov.br Documento assinado digitalmente
FRANCISCO ROLFSEN BELDA
Data: 07/03/2025 16:44:31-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

AGRADECIMENTOS

Foi uma longa e sinuosa estrada percorrida até aqui. Uma incrível jornada de evolução e, sobretudo, de aprendizado.

Gratidão é um sentimento nobre e que devemos cultivar por toda a nossa trajetória. Ninguém se faz sozinho. Por isso, agradeço:

Ao meu orientador, Francisco Rolfsen Belda, primeiramente pela oportunidade concedida para o ingresso no doutorado. Construímos uma parceria sólida e bem sucedida, pautada em seriedade e comprometimento. Enfrentamos obstáculos e, inspirado em seu senso de liderança e vasta experiência, tive o suporte necessário para concluir esta pesquisa — algumas vezes modificada ao longo do caminho, pois, como canta Mercedes Sosa: "*todo cambia*".

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pela concessão de bolsa de estudos via Programa de Demanda Social, mesmo em um cenário de adversidades crônicas para o financiamento da pesquisa científica brasileira.

Ao Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT), à Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) — em especial ao Departamento de Jornalismo — e à Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp) - Câmpus de Bauru, por viabilizarem a estrutura necessária para a consecução de diversas atividades durante o doutorado, sendo fundamental valorizar o trabalho dos servidores técnico-administrativos, a exemplo dos que atuam na Seção Técnica de Pós-graduação (STPG) da FAAC/Unesp Bauru.

Aos colegas do PPGMiT pelo apoio, companheirismo e profícuo intercâmbio de ideias nas aulas de disciplinas cursadas e também nos diversos cursos e eventos acadêmicos dos quais participamos ao longo dessa trajetória. Representando este grupo de pessoas de tanto valor e potencial, cito Carla Gonçalves Távora, Jonas Vitor Tolocka, Lívia Inglesis Barcellos, Marcelo Narcizo Bueno Júnior, Rodrigo

Malcolm de Barros Moon, Thiago Carvalho da Silva, Thynane Janaina Sobral de Laia e Victor Simões Zamberlan.

Aos colegas do Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia, Educação e Criatividade (Lecotec), grupo de pesquisa que tive a satisfação de integrar como estudante colaborador.

Aos alunos do curso de Jornalismo da FAAC/Unesp Bauru, para os quais ministrei as disciplinas “Jornalismo Digital I” e “Jornalismo Digital II” durante os meus estágios de docência. Foi uma experiência memorável e inspiradora.

Aos professores com quem tive os privilégios de fortalecer o meu aprendizado e de receber preciosas contribuições para o desenvolvimento deste trabalho: da Unesp, Angela Maria Grossi, Débora Spacini Nakanishi, Juliano Maurício de Carvalho, Maria Cristina Gobbi, Osvando José de Morais (*in memoriam*) e Vivian Nádia Ribeiro de Moraes Caruzzo; e da Universidade de São Paulo (USP), Daniela Osvald Ramos, Eneus Trindade Barreto Filho, Leandro Leonardo Batista, Maria Cristina Palma Mungioli e Roseli Aparecida Figaro Paulino.

Ao município de Bauru, a “Cidade Sem Limites” ou, como também é carinhosamente conhecida, a “Cidade-Lanche”, que tão bem me acolheu em minhas tantas viagens.

À Marina Munhoz Ferreira, psicóloga, mentora e, acima de tudo, amiga, cujo apoio para a minha transição definitiva de carreira — do jornalismo profissional para a vida acadêmica — foi absolutamente decisivo.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha companheira de todas as jornadas, Jéssica (sem ela, este doutorado não teria sido possível), e aos nossos filhos, Matheus e Lívia, as duas metades da minha razão de viver.

Em memória de minha mãe, Zezé Arruda (1949-2016), do jornalista Carlos Cesar Gabriel de Souza (1963-2025) e também dos professores Carlos Roberto da Costa (1950-2024) e Osvando José de Morais (1956-2024).

“A inteligência artificial não tem valores. Tem sistemas de cálculo. Os algoritmos são sistemas de cálculo. Os juízos morais, os juízos éticos, são patrimônio das pessoas. E, portanto, se somos conscientes de que o jornalismo é um trabalho com uma dimensão ética enorme, devemos respeitar essa dimensão ética e deixá-la nas mãos dos profissionais.” (Ramón Salaverría, 2024, tradução nossa)

RESUMO

A partir de um levantamento feito por meio de pesquisa documental de diretrizes apresentadas publicamente por organizações jornalísticas para o uso de recursos baseados em inteligência artificial (IA), o presente trabalho visa propor um conjunto de indicadores de boas práticas para esta finalidade, que possa ser considerado como uma base inicial por veículos de notícias. Devido aos impactos da disrupção tecnológica decorrente do advento da Inteligência Artificial Generativa (IA Gen) e seus grandes modelos de linguagem, constatou-se o surgimento de uma tendência de divulgação de posicionamentos diante das implicações no âmbito ético-profissional do emprego de ferramentas de produção automatizada de conteúdos. Dessa forma, foi observado que orientações editoriais de responsabilidade (*accountability*) e transparência tornaram-se possíveis soluções de autorregulação para mitigar os riscos à credibilidade institucional e à qualidade do jornalismo praticado. Como forma de sistematizar a compreensão desse fenômeno, realizou-se um estudo de caso não comparativo de natureza qualitativa tomando como amostra as estruturas autorregulatórias da *Associated Press*, da *BBC*, do *Estadão* e do *Grupo Globo*, o que permitiu a diferenciação de quatro tipos existentes de diretrizes: posicionamentos de redações, protocolos editoriais, declarações de princípios éticos e políticas de uso. A partir dos resultados obtidos com o mapeamento das melhores práticas acerca do tema em nível global, por meio da análise documental de 62 conjuntos de orientações editoriais, foram desenvolvidos indicadores para o balizamento de diretrizes de uso de IA sob os seguintes princípios norteadores: autonomia, responsabilidade, supervisão humana e transparência. Espera-se que esta proposta genérica de regramento possa contribuir para o estabelecimento de sistemas de conformidade (*compliance*) no âmbito das organizações jornalísticas e, ao mesmo tempo, servir como referência para a atualização de códigos deontológicos já existentes, contribuindo para o necessário debate sobre a atuação profissional em tempos de profundas transformações do setor.

Palavras-chave: jornalismo; inteligência artificial; diretrizes institucionais; deontologia; autorregulação.

ABSTRACT

Based on a survey conducted through a documentary analysis of publicly available guidelines presented by journalistic organizations for the use of artificial intelligence (AI)-based tools, this study aims to propose a set of best practice indicators for this purpose, which can be considered as an initial framework for news organizations. Due to the technological disruption caused by the advent of Generative Artificial Intelligence (GenAI) and its large language models, a trend has emerged of public positioning regarding the ethical and professional implications of employing automated content production tools. In this context, it was observed that editorial guidelines emphasizing accountability and transparency have become viable self-regulation solutions to mitigate risks to institutional credibility and the quality of journalism. To systematize the understanding of this phenomenon, a non-comparative qualitative case study was conducted, analyzing the self-regulatory frameworks of *The Associated Press*, *BBC*, *Estadão*, and *Grupo Globo*. This approach enabled the identification of four existing types of guidelines: newsroom statements, editorial protocols, declarations of ethical principles, and usage policies. Based on the results obtained from mapping global best practices on the subject, through the documentary analysis of 62 sets of editorial guidelines, indicators were developed to guide the use of AI under the following key principles: autonomy, accountability, human oversight, and transparency. It is hoped that this generic regulatory proposal can contribute to the establishment of compliance systems within journalistic organizations while also serving as a reference for updating existing deontological codes. This initiative seeks to foster the necessary debate on professional practices during a time of profound transformation in the sector.

Keywords: journalism; artificial intelligence; institutional guidelines; deontology; self-regulation.

RESUMEN

A partir de un levantamiento realizado mediante investigación documental de directrices presentadas públicamente por organizaciones periodísticas para el uso de recursos basados en inteligencia artificial (IA), el presente trabajo tiene como objetivo proponer un conjunto de indicadores de buenas prácticas para este propósito, que pueda ser considerado como una base inicial por los medios de comunicación. Debido a los impactos de la disrupción tecnológica derivada del advenimiento de la Inteligencia Artificial Generativa (IA Gen) y sus grandes modelos de lenguaje, se constató la aparición de una tendencia a divulgar posicionamientos frente a las implicaciones ético-profesionales del uso de herramientas de producción automatizada de contenidos. De este modo, se observó que las orientaciones editoriales relacionadas con la responsabilidad (*accountability*) y la transparencia se han convertido en posibles soluciones de autorregulación para mitigar los riesgos a la credibilidad institucional y la calidad del periodismo practicado. Como forma de sistematizar la comprensión de este fenómeno, se llevó a cabo un estudio de caso no comparativo de naturaleza cualitativa, tomando como muestra las estructuras autorregulatorias de *Associated Press*, *BBC*, *Estadão* y *Grupo Globo*, lo que permitió diferenciar cuatro tipos existentes de directrices: posicionamientos de redacción, protocolos editoriales, declaraciones de principios éticos y políticas de uso. A partir de los resultados obtenidos con el mapeo de las mejores prácticas sobre el tema a nivel global, mediante el análisis documental de 62 conjuntos de orientaciones editoriales, se desarrollaron indicadores para orientar las directrices de uso de IA bajo los siguientes principios fundamentales: autonomía, responsabilidad, supervisión humana y transparencia. Se espera que esta propuesta genérica de regulación pueda contribuir al establecimiento de sistemas de cumplimiento (*compliance*) en el ámbito de las organizaciones periodísticas y, al mismo tiempo, servir como referencia para la actualización de los códigos deontológicos ya existentes, contribuyendo al necesario debate sobre el ejercicio profesional en tiempos de profundas transformaciones en el sector.

Palabras clave: periodismo; inteligencia artificial; directrices institucionales; deontología; autorregulación.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Esquema visual destaca as diferentes posturas — constatadas no mapeamento de diretrizes e convertidas em categorias de análise documental — de veículos e grupos de mídia diante da disrupção da IA (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Figura 2 - Nuvem de conceitos gerada pelo *software* ATLAS.ti após análise qualitativa de dados das 62 diretrizes para o uso de IA que integram o *corpus* (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Figura 3 - Os indicadores-chave permitem a implementação de uma política de uso de IA alinhada a um sistema mais amplo, o de conformidade, com potencial para aprimorar a governança da organização, visando o cumprimento das metas reputacionais (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Figura 4 - A BBC possui uma tradição autorregulatória fortemente hierarquizada, com uma série de conexões estabelecidas entre seus códigos de conduta e ética (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Figura 5 - Estrutura divide os 20 indicadores-chave em quatro eixos conceituais, definidos de acordo com os resultados do mapeamento de diretrizes de uso de IA (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Figura 6 - Cores previstas no Círculo Cromático (Fonte: Blog da Adobe Brasil)

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Números mostram que o ano de 2023 teve um verdadeiro “*boom*” na adoção de diretrizes para o uso de IA Gen em processos de produção de conteúdo jornalístico (Fonte: elaborado pelo próprio autor)

Gráfico 2 - Percentuais obtidos pelas categorias estipuladas, considerando o *corpus* analisado (Fonte: elaborado pelo próprio autor)

Gráfico 3 - Escala com eixos de abrangência e autonomia distingue as dimensões das categorias de diretrizes para o uso de IA no jornalismo (Fonte: elaborado pelo próprio autor)

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AFP - *Agence France Presse* (agência de notícias da França)

AI - *Artificial Intelligence* (Inteligência Artificial)

AI HLEG - *High-Level Expert Group on Artificial Intelligence* (Grupo de Peritos de Alto Nível em Inteligência Artificial)

ANJ - Associação Nacional de Jornais

ANP - *Algemeen Nederlands Persbureau* (agência de notícias dos Países Baixos)

ANPD - Autoridade Nacional de Proteção de Dados

AP - *The Associated Press* (agência de notícias sediada nos EUA)

APA - *Austria Presse Agentur* (agência de notícias da Áustria)

BBC - *British Broadcasting Corporation* (grupo de mídia pública do Reino Unido)

BR - *Bayerischer Rundfunk* (grupo de mídia pública da Baviera - Alemanha)

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

CENP - Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (antigo Conselho Executivo das Normas-Padrão)

CONAR - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária

CBC - *Canadian Broadcasting Corporation* (grupo de mídia pública do Canadá)

CGU - Controladoria-Geral da União

CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico

ČTK - *Česká tisková kancelář* (agência de notícias da Tchéquia)

DN - *Dagens Næringsliv* (jornal da Noruega)

DPA - *Deutsche Presse Agentur* (agência de notícias da Alemanha)

DW - *Deutsche Welle* (grupo de mídia pública da Alemanha)

EBIA - Estratégia Brasileira de Inteligência Artificial

EBU - *European Broadcasting Union* (União Europeia de Radiodifusão)

EUA - Estados Unidos da América

EU AI Act - *European Union Artificial Intelligence Act* (marco regulatório de IA da União Europeia)

FAAC - Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design

FAZ - *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (jornal da Alemanha)

FENAJ - Federação Nacional dos Jornalistas

FSP - *Folha de S.Paulo*

FT - *Financial Times*

GAFAM - Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft (*big techs*)

GenAI - *Generative Artificial Intelligence* (Inteligência Artificial Generativa)

GPAI - *Global Partnership on Artificial Intelligence* (Parceria Global em Inteligência Artificial)

GPT - *Generative Pre-trained Transformer* (Transformador Generativo Pré-treinado)

HITL - *Human-in-the-Loop* (Humano-no-Circuito)

HS - *Helsingin Sanomat* (jornal da Finlândia)

HKFP - *Hong Kong Free Press* (agência de notícias de Hong Kong - China)

IA - Inteligência Artificial

IA Gen - Inteligência Artificial Generativa

ICIJ - *International Consortium of Investigative Journalists* (Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos)

ICJor - Índice de Credibilidade Jornalística

IFJ - *International Federation of Journalists* (Federação Internacional dos Jornalistas)

JTI - *Journalism Trust Initiative* (Iniciativa de Confiança no Jornalismo)

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

LLM - *Large Language Model* (Grande Modelo de Linguagem)

MAIs - *Media Accountability Instruments* (Instrumentos de Responsabilização da Mídia)

MCTI - Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação

ML - *Machine Learning* (Aprendizado de Máquina)

MLEP - *Machine Learning Engine Principles* (Princípios do Mecanismo de Aprendizado de Máquina da BBC)

NLG - *Natural Language Generation* (Geração de Linguagem Natural)

NPR - *National Public Radio* (rede de emissoras de rádio públicas dos EUA)

NPO - *Nederlandse Publieke Omroep* (grupo de mídia pública dos Países Baixos)

NTICs - Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

NYT - *The New York Times*

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico

OECD.AI - *The OECD Artificial Intelligence Policy Observatory* (Observatório de Políticas de Inteligência Artificial da OCDE)

OESP - *O Estado de S. Paulo*

ONU - Organização das Nações Unidas

PBIA - Plano Brasileiro de Inteligência Artificial

PBS - *Public Broadcasting Service* (rede de emissoras de televisão públicas dos EUA)

PDF - *Portable Document Format* (Formato de Documento Portátil, tipo de arquivo de documento desenvolvido pela Adobe Systems)

PD&I - Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação

PLN - Processamento de Linguagem Natural

PPGMiT - Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia

PROJOR - Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo

RISJ - *Reuters Institute for the Study of Journalism*

RMG - *Roularta Media Group* (grupo de mídia da Bélgica)

RNN - *Recurrent Neural Networks* (Redes Neurais Recorrentes)

RSF - *Reporters sans Frontières* (Repórteres sem Fronteiras)

SEO - *Search Engine Optimization* (Otimização para Mecanismos de Busca)

SPJ - *Society of Professional Journalists* (Sociedade dos Jornalistas Profissionais dos EUA)

SRF - *Schweizer Radio und Fernsehen* (grupo subsidiário do conglomerado de mídia pública da Suíça)

SZ - *Süddeutsche Zeitung* (jornal da Alemanha)

STT - *Suomen Tietotoimisto* (agência de notícias da Finlândia)

TRF - *Thomson Reuters Foundation* (Fundação Thomson Reuters)

TI - Tecnologia da Informação

UE - União Europeia

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UNESP - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

USP - Universidade de São Paulo

UX - *User Experience* (Experiência do Usuário)

VG - *Verdens Gang* (jornal da Noruega)

WBUR - *Boston University Radio* (emissora de rádio da Universidade de Boston - EUA, vinculada à NPR; a letra “W” é um identificador de localização geográfica)

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Veículos e grupos de mídia extraídos das fontes primárias de referência (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 2 - Lista de Posicionamentos de Redações (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 3 - Lista de Protocolos Editoriais (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 4 - Lista de Declarações de Princípios Éticos (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 5 - Lista de Políticas de Uso (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 6 - Estrutura autorregulatória da AP (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 7 - Estrutura autorregulatória da BBC (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 8 - Estrutura autorregulatória do *Grupo Globo* (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 9 - Estrutura autorregulatória da *S/A O Estado de S. Paulo* (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Tabela 10 - Etiquetas de rotulagem para sinalização do uso de IA (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

IMPACTO POTENCIAL DESTA PESQUISA

Este trabalho visa oferecer parâmetros para a elaboração de regras, por parte de veículos jornalísticos, para o uso ético, responsável e transparente da inteligência artificial e tecnologias correlatas em seus processos produtivos, a fim de preservar o conjunto de princípios e valores deontológicos da profissão. Como consequência esperada, entende-se que estes indicadores de boas práticas poderão servir de base para o estabelecimento de um compromisso destes empreendimentos para com a sociedade, que terão nessas diretrizes uma referência de educação midiática, necessária para um processo contínuo de aprimoramento da cidadania. Além disso, observa-se uma potencial contribuição desta pesquisa para com o espectro de um dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) — 16. Paz, Justiça e Instituições Eficazes —, mais especificamente quanto ao item 16.6 - “Desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes em todos os níveis”.

POTENTIAL IMPACT OF THIS RESEARCH

This work aims to provide guidelines for journalistic organizations to develop rules for the ethical, responsible, and transparent use of artificial intelligence and related technologies in their production processes, in order to uphold the profession's set of deontological principles and values. As an expected outcome, it is understood that these best practices indicators can serve as a foundation for establishing a commitment by these enterprises to society, providing a media literacy reference within this document, essential for a continuous process of citizenship improvement. Additionally, this research presents a potential contribution to the scope of one of the United Nations (UN) Sustainable Development Goals (SDGs) — 16. Peace, Justice, and Strong Institutions — specifically regarding item 16.6: “Develop effective, accountable, and transparent institutions at all levels”.

IMPACTO POTENCIAL DE ESTA INVESTIGACIÓN

Este trabajo tiene como objetivo ofrecer parámetros para que los medios periodísticos elaboren normas para el uso ético, responsable y transparente de la

inteligencia artificial y tecnologías relacionadas en sus procesos productivos, con el fin de preservar el conjunto de principios y valores deontológicos de la profesión. Como consecuencia esperada, se entiende que estos indicadores de buenas prácticas podrán servir de base para el establecimiento de un compromiso de estos emprendimientos con la sociedad, que encontrará en este documento una referencia de educación mediática, necesaria para un proceso continuo de fortalecimiento de la ciudadanía. Además, se observa una posible contribución de esta investigación al ámbito de uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) — 16. Paz, Justicia e Instituciones Sólidas —, específicamente en lo referente al punto 16.6 - “Desarrollar instituciones eficaces, responsables y transparentes en todos los niveles”.

SUMÁRIO

Introdução..... 22
Objetivos da Pesquisa..... 27
Questões de Pesquisa..... 28
Estrutura da Tese..... 29

1. Fundamentação Teórica..... 32
1.1 Deontologia..... 34
1.1.1 Códigos de Ética..... 35
1.1.2 Indicadores de Credibilidade..... 36
1.2 Valores Jornalísticos e Princípios Editoriais..... 39
1.2.1 Confiança..... 40
1.2.2 Credibilidade..... 42
1.2.3 Autonomia..... 43
1.2.4 Responsabilidade (*Accountability*)..... 44
1.2.5 Supervisão Humana..... 46
1.2.6 Transparência..... 47
1.3 Autorregulação..... 49
1.3.1 Mecanismos e Práticas..... 51
1.4 Conformidade (*Compliance*)..... 52
1.5 Marcos Regulatórios..... 55

2. Metodologia..... 58
2.1 Desenho da Pesquisa..... 59
2.2 Revisão de Literatura..... 61
2.2.1 Procedimentos de Seleção..... 61
2.3 Análise Documental..... 62
2.3.1 Fontes e Dados..... 65
2.4 Estudo de Casos..... 69

3. Análise Documental..... 72
3.1 Breve Histórico da IA no Jornalismo..... 73
3.2 Implementação de Diretrizes..... 76
3.2.1 Guias e Declarações..... 78
3.3 Categorização das Diretrizes..... 81
3.3.1 Posicionamento da Redação..... 82
3.3.2 Protocolo Editorial..... 84
3.3.3 Declaração de Princípios Éticos..... 86
3.3.4 Política de Uso..... 87
3.4 Síntese dos Resultados..... 89

4. Estudo de Casos..... 91
4.1 Casos Selecionados..... 92
4.1.1 Posicionamento da Redação: *The Associated Press* (AP).....93
4.1.2 Protocolo Editorial: *British Broadcasting Corporation* (BBC).....95
4.1.3 Declaração de Princípios Éticos: *Grupo Globo*..... 98
4.1.4 Política de Uso: *S/A O Estado de S. Paulo* (*Estadão*).....99
4.2 Síntese dos Resultados..... 101

5. Indicadores-Chave..... 102
5.1 Indicadores-Chave para Autorregulação de IA no Jornalismo..... 104
5.2 Perspectivas de Implementação..... 111

Conclusão..... 113

Referências..... 116

Anexos.....139
Anexo A - Mapa do roteiro da tese..... 140
Anexo B - Planilha com dados dos veículos e grupos mapeados..... 141
Anexo C - Diretrizes de Uso de IA: *The Associated Press* (AP)..... 143
Anexo D - Diretrizes de Uso de IA: *British Broadcasting Corporation* (BBC).....147
Anexo E - Diretrizes de Uso de IA: *Grupo Globo*.....157
Anexo F - Diretrizes de Uso de IA: *S/A O Estado de S. Paulo* (*Estadão*).....161

Introdução

O jornalismo profissional enfrenta uma de suas instabilidades globais mais agudas em séculos de história, uma verdadeira “tempestade perfeita” (Costa *et al.*, 2021) na acepção mais perversa da expressão: travando uma guerra sem precedentes contra a desinformação para resgatar a confiança e a credibilidade (Christofoletti, 2024), o meio jornalístico enfrenta o desafio de buscar a própria sustentabilidade como negócio, ao lidar com o perigoso fenômeno da abstenção de notícias (*news avoidance*) e, em outra frente não menos complexa e relevante, se equilibrar entre os extremos da adesão acrítica e do ceticismo retrógrado em relação ao uso de novas tecnologias da informação e comunicação (NTICs).

Embora a onda disruptiva da inteligência artificial generativa (IA Gen), uma verdadeira “caixa de Pandora” que deve ter o desenvolvimento balizado por limites éticos (Saron, 2023), tenha se iniciado somente a partir do impacto decorrente do lançamento, em novembro de 2022, do robô conversacional (*chatbot*) ChatGPT pela OpenAI, uma *startup* de tecnologia criada em 2015 e que recebeu investimentos bilionários da Microsoft, uma das grandes companhias mundiais de Tecnologia da Informação (TI) — as *big techs* —, a inteligência artificial (IA) em si não é uma vertente tecnológica nova: suas raízes históricas remontam ao final da década de 1940, pós-Segunda Guerra Mundial (1939-1945), quando o matemático inglês Alan Turing iniciou os estudos que culminaram em seu advento (Copeland & Proudfoot, 1996). Diversas etapas de desenvolvimento se sucederam até que se atingisse o estágio atual, a partir do qual já se projetam avanços importantes e desafiadores que deverão ocorrer nas próximas décadas.

É certo, no entanto, afirmar que esse paradigma tecnológico é recente quando se considera apenas a sua incorporação ao jornalismo: os primeiros registros do emprego de aplicações de IA em processos de produção noticiosa são do início dos anos 2010, por meio de agências de notícias e veículos como *The Associated Press* (AP) e *Los Angeles Times*, ambos dos EUA, que se dispuseram a

realizar experimentações envolvendo a automatização de rotinas, a exemplo da emissão de boletins financeiros e de informes sobre abalos sísmicos, respectivamente.

Com o crescente investimento de algumas empresas jornalísticas em soluções de IA, consolidou-se um processo de incorporação de ferramentas que visam aumentar a produtividade das redações, automatizando uma série de rotinas — especialmente aquelas relacionadas ao jornalismo de dados — que demandam um tempo considerável de execução. De forma gradual, essa mudança liberou os jornalistas para a realização de tarefas mais importantes em reportagens investigativas de maior fôlego, as quais também passaram a contar com um importante auxílio da IA nos últimos anos — vide as investigações colaborativas *Panama Papers* (2016) e *Pandora Papers* (2021), ambas viabilizadas pelo Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos (ICIJ, na sigla em inglês) e que envolveram milhões de documentos, sendo que a utilização destes como fonte somente foi viabilizada com o emprego de recursos automatizados (Pedlowski, 2021), capazes de extrair informações de arquivos de diversos tipos, a exemplo do *Portable Document Format* (PDF), cujos dados não são estruturados como os que são dispostos em planilhas.

Contudo, a adoção dos grandes modelos de linguagem (LLMs, na sigla em inglês) para a geração de conteúdo noticioso inicialmente não ocorreu de forma adequada em algumas redações. Foram os casos, por exemplo, dos sites *CNET* e *Gizmodo* e também da revista *Sports Illustrated*, que se tornaram emblemáticos pelos danos causados às reputações desses veículos (todos com sede nos EUA) e aos transtornos organizacionais que os mesmos enfrentaram em 2023, o primeiro ano após o advento da IA Gen.

O mapeamento realizado para fundamentar a análise documental desta tese, que envolveu o exame de diretrizes que expressam os compromissos assumidos por 42 veículos jornalísticos e 20 grupos de mídia, comprova que, depois dos impactos

negativos decorrentes da falta de transparência e de falhas na supervisão humana sobre o conteúdo produzido por modelos de IA Gen, a implementação de regramentos institucionais tornou-se uma tendência mundo afora nos últimos dois anos (Gráfico 1).

O próprio *CNET*, cujo caso veio à tona em janeiro de 2023, foi um dos que definiu uma autorregulação acerca do tema, em junho do mesmo ano. Salienta-se que, do total de 62 diretrizes mapeadas, sete não foram computadas no Gráfico 1, haja vista que não foram encontrados registros das datas de publicação das regras para uso de IA, a saber: *Aktuell Hållbarhet* (Suécia), *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Alemanha), *National Public Radio - NPR* (EUA), *Roularta Media Group* (Bélgica), *Thomson Reuters* (Canadá), *TT Nyhetsbyran* (Suécia) e *Yle* (Finlândia).

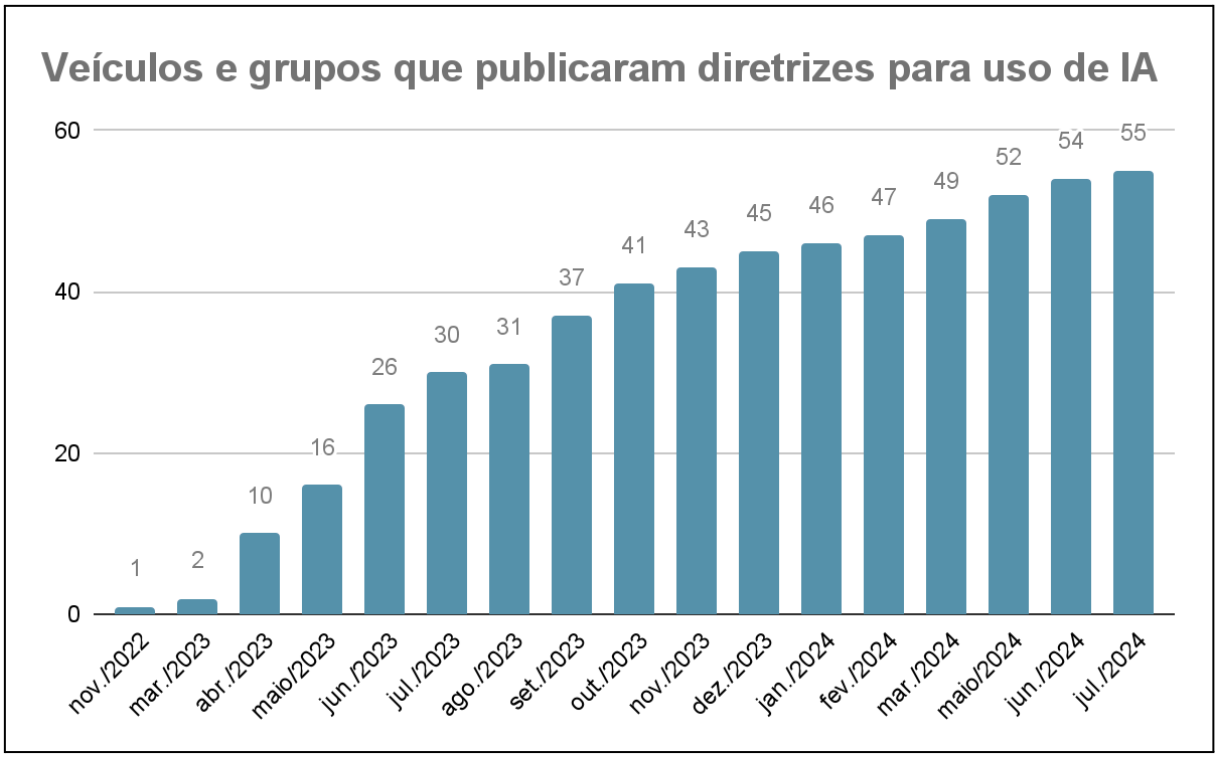


Gráfico 1 - Números mostram que o ano de 2023 teve um verdadeiro "boom" na adoção de diretrizes para o uso de IA Gen em processos de produção de conteúdo jornalístico (Fonte: elaborado pelo próprio autor)

Das iniciativas mapeadas, somente o grupo alemão *Bayerischer Rundfunk* (BR), organização de mídia pública da região da Baviera, já havia estabelecido, dois anos antes do lançamento do ChatGPT, uma autorregulação para o uso ético de IA. No entanto, trata-se, a rigor, de um código de conduta sem vinculação direta com questões de ordem técnica, advindo da experiência de seu próprio laboratório de IA e automação, o *AI + Automation Lab* (Kahn, 2024). Dessa forma, mesmo tendo sido a precursora nesse tipo de iniciativa, as especificidades e os desafios decorrentes da experimentação com ferramentas de IA Gen fizeram com que o BR implementasse uma nova declaração de princípios éticos em julho de 2024.

Sob o prisma da IA Gen, o pioneirismo no meio jornalístico em termos de diretrizes autorregulatórias pode ser atribuído à revista de tecnologia *Wired* (EUA). Em março de 2023, a publicação implementou uma política de uso específica que contempla, sobretudo, o que não fará com a nova tecnologia, transmitindo assim uma mensagem indireta sobre os riscos implícitos da geração de conteúdo sintético para fins jornalísticos sem o devido controle humano. Como razões que justificam sua própria necessidade, o documento traz em sua introdução dois *links* para matérias que detalham casos de uso incorreto de IA envolvendo o site *CNET* e a revista *Men's Journal*, revelados nos dois primeiros meses daquele ano.

A política de uso da *Wired* representou um "ponto de virada" no mercado em nível global. Em meados de 2023, considerando as 62 organizações mapeadas neste trabalho, cerca de 50% da amostragem já havia divulgado os seus próprios códigos específicos de conduta para o uso de IA. Essa "primeira onda" de adoção de diretrizes teve somente um veículo brasileiro: o nativo digital *Núcleo*, que publicou o seu regramento em maio do mesmo ano. Ressalte-se, no entanto, que o pioneiro no país em noticiar o próprio uso de IA Gen (mais especificamente, do ChatGPT) foi o *Curto News*, que passou a inserir, já em fevereiro, um *disclaimer* em todos os conteúdos que tiveram o suporte do *chatbot* da OpenAI para a sua elaboração:

> *O texto desta matéria foi parcialmente gerado pelo ChatGPT, um modelo de linguagem baseado em inteligência artificial desenvolvido pela OpenAI. As entradas de texto foram criadas pelo *Curto News* e as respostas intencionalmente reproduzidas na íntegra. As respostas do ChatGPT são geradas automaticamente e não representam opiniões da OpenAI ou de pessoas associadas ao modelo. Toda a responsabilidade pelo conteúdo publicado é do *Curto News* (Curto News, 2023).

Contudo, essa iniciativa não resultou em um conjunto publicado de diretrizes de uso de IA por parte do veículo. É possível inferir que, devido a uma decisão gerencial, optou-se por restringir eventuais normas ao âmbito interno da redação. Esta também é uma possível modalidade de autorregulação, em que pese o fato de não ser passível de monitoramento externo e análise documental por parte de pesquisadores, salvo mediante a submissão de um pedido com tal finalidade.

Durante o processo de levantamento de dados para a definição do *corpus* desta pesquisa, outro tipo de resposta à demanda por um referencial sobre o uso de IA Gen foi observado no jornal digital *Poder360*. Em sua política editorial, o veículo incluiu somente um adendo sobre o assunto: “O *Poder360* não utiliza ferramentas de inteligência artificial em seus textos, salvo para transcrição de entrevistas e traduções. Se houver uso de ferramentas de inteligência artificial de maneira distinta destas acima descritas, o *Poder360* incluirá um aviso na própria reportagem”.

Estas “trilhas alternativas” à adoção de diretrizes específicas são caminhos mais curtos para estabelecer uma recomendável transparência editorial diante de uma demanda emergente, mas podem não ser suficientes para lidar com a complexidade do objeto em questão: a IA Gen é uma tecnologia em franco processo de desenvolvimento e que, no futuro, deverá impactar ainda mais profundamente as indústrias criativas, sendo o jornalismo um dos setores mais atingidos. Tendo esse prognóstico como elemento norteador, esta tese de doutorado adquire uma potencial relevância ao oferecer como resultado final um conjunto de indicadores para a definição de uma política de uso de IA com dispositivos que preveem situações

diversas, visando mitigar os riscos éticos implícitos à geração automatizada de conteúdos noticiosos.

Objetivos da Pesquisa

Esta tese de doutorado tem como objetivo geral contribuir para a compreensão das iniciativas de autorregulação do uso de IA no jornalismo. Ao mesmo tempo, busca atender aos seguintes objetivos específicos:

1) Promover um estudo de casos não comparativo de natureza qualitativa, visando consolidar uma tipologia de diretrizes para o uso de inteligência artificial em redações;

2) Classificar e analisar as modalidades escolhidas por veículos jornalísticos e grupos de mídia para a divulgação de diretrizes com essa finalidade;

3) Contribuir com o campo de pesquisa da Deontologia do Jornalismo ao sugerir uma possível revisão de códigos ético-profissionais já existentes, tendo como base a premissa de que a inteligência artificial deverá permear progressivamente toda a cadeia produtiva da atividade;

4) Oferecer um conjunto de indicadores de boas práticas para a aplicação ética, responsável e transparente de tecnologias baseadas em IA por parte de organizações jornalísticas nas diferentes etapas da produção de conteúdo noticioso — pauta, apuração, redação, edição, publicação e distribuição.

Questões de Pesquisa

O tema “inteligência artificial aplicada ao jornalismo” é um dos mais emergentes na contemporaneidade e tem atraído a atenção de pesquisadores por todo o mundo em razão de, entre outros fatores, a adoção de novas ferramentas tecnológicas exigir dos corpos diretivos das redações a elaboração de um planejamento específico para o manejo seguro destas ferramentas.

Em um contexto multidisciplinar, que abrange desde aspectos técnicos e operacionais até assuntos de ordem regulatória e jurídica, o impacto do uso de IA em fluxos de produção jornalística tem no âmbito ético-profissional um foco decisivo, a partir do qual se originaram as três questões fundamentais que motivam a presente pesquisa, devendo estas ser respondidas mediante a análise e discussão dos resultados obtidos por esta tese, a saber: 1) Quais tipos de diretrizes têm sido elaboradas por organizações jornalísticas para orientar o uso de IA visando mitigar riscos inerentes à geração de conteúdo sintético?; 2) De que maneira princípios de responsabilidade (*accountability*) e transparência editorial são refletidos nessas diretrizes?; e 3) De que forma a disponibilização de indicadores para diretrizes visando o uso editorial de IA pode auxiliar veículos e grupos de mídia a implementarem suas próprias plataformas de autorregulação sobre o tema?

A presente tese de doutorado parte da hipótese de que a implementação de balizamentos para o uso de IA Gen por parte de organizações jornalísticas busca resguardar a credibilidade construída ao longo do tempo e garantir a confiança junto ao público por meio da assunção de compromissos editoriais de transparência e responsabilidade; e, em última instância, mitigar o risco de desaparecimento do jornalismo profissional, representado pelas potencialidades já existentes e futuras da ampla gama disponibilizada de recursos informacionais, em franca ascensão nos últimos anos, sobretudo depois do advento da IA Gen.

Em que pese ter como premissa a ideia de que a tecnologia é o principal eixo estruturante das práticas jornalísticas na contemporaneidade, esta tese não é "tecnófila" ou "tecnocêntrica", nem possui qualquer tipo de afinidade ou interface com um "determinismo tecnológico". Tampouco tem a intenção de reforçar argumentos defensores de uma "tecnofobia" em relação à inteligência artificial. Com vistas a estabelecer um ponto de equilíbrio que viabilize uma efetiva contribuição acadêmica para o exercício da profissão, propõe indicadores de boas práticas seguindo o "princípio da experimentação cautelosa" (ANP, 2023), que incentiva a disposição para o uso de recursos de IA de forma devidamente alinhada a princípios editoriais e a códigos deontológicos.

Estrutura da Tese

Esta tese é dividida em cinco seções: Fundamentação Teórica, Metodologia, Análise Documental, Estudo de Casos e Indicadores-Chave. A primeira traz o resultado consolidado da revisão de literatura sobre o estado da arte a respeito do objeto da pesquisa, considerando diferentes linhas de investigação científica. Além de artigos publicados em periódicos, capítulos de livros e textos publicados em anais de congressos da área de jornalismo, a revisão também envolveu relatórios de conceituados centros de pesquisa, notadamente do *Reuters Institute for the Study of Journalism* (RISJ); análises de consultorias; e o noticiário de veículos especializados na cobertura do mercado e da gestão do setor de mídia.

O roteiro metodológico é detalhado na segunda seção, conferindo destaque às premissas adotadas nas etapas de coleta de dados por meio de revisão de literatura e análise documental, que viabilizaram o estudo dos quatro casos selecionados para fins de exemplificação das categorias propostas visando a definição de uma tipologia de diretrizes para o uso de IA. A seção também inclui a matriz de análise que fundamenta esta pesquisa, com a definição de quatro

categorias para as diretrizes que integram o *corpus,* classificadas de acordo com seus graus de abrangência e maturidade institucional. Essas categorias são: 1) Posicionamento da Redação; 2) Protocolo Editorial; 3) Declaração de Princípios Éticos; e 4) Política de Uso, cujas propriedades e características distintivas são explicadas na seção seguinte, a qual também traz os resultados da análise documental, que incluiu 62 regramentos — sendo 40 de veículos jornalísticos e 20 de grupos de mídia, provenientes de 17 países — a fim de disciplinar possíveis aplicações e impedimentos para a utilização de IA Gen nos fluxos de trabalho.

Já a quarta parte apresenta os resultados do estudo de casos, de natureza qualitativa e não comparativa, que consiste em um aprofundamento sobre os itinerários percorridos pelas redações selecionadas, com ênfase nos processos que viabilizaram o entendimento em nível organizacional da importância da IA. Quatro empresas serviram como amostra para as categorias propostas por este trabalho para classificar os tipos de diretrizes, a saber: *The Associated Press* (AP), na categoria “Posicionamento da Redação”; *British Broadcasting Corporation* (BBC), classificada na categoria “Protocolo Editorial”; Grupo Globo, representando a categoria “Declaração de Princípios Éticos”; e *O Estado de S. Paulo* (OESP, ora referido como *Estadão*), como amostra para a categoria “Política de Uso”.

O resultado final da coleta de dados é apresentado na quinta e última seção, na forma de um conjunto de indicadores de boas práticas que poderá, a nosso ver, servir como uma base inicial para diretrizes a serem utilizadas por veículos autônomos ou grupos de mídia, das esferas pública ou privada, interessados em estabelecer e divulgar os seus próprios regramentos.

Com a adoção desse guia de referência, concebido sob um viés de adaptabilidade contínua à dinâmica da evolução dessa tecnologia, a expectativa é de viabilizar a inserção do regramento sobre o uso de IA em um sistema mais amplo, o de conformidade (*compliance*). Esse enquadramento tende a proporcionar um grau mais expressivo de relevância às aplicações de IA no contexto institucional

de organizações jornalísticas, possivelmente favorecendo a efetividade de sua aplicação editorial, hipótese esta a ser explorada em pesquisas futuras.

O trabalho é concluído com a disponibilidade de anexos que serviram como elementos de fundamentação da pesquisa, a exemplo da planilha com a relação completa de veículos jornalísticos e grupos de mídia que tiveram os respectivos conteúdos das diretrizes de uso de IA analisados.

SEÇÃO 1

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A base teórico-conceitual desta tese está apoiada em cinco pilares: 1) Deontologia; 2) Valores jornalísticos e princípios editoriais; 3) Autorregulação; 4) Conformidade; e 5) Regulação geral aplicável à inteligência artificial. É importante assinalar que o ponto de partida foi a revisão da literatura acerca das bases fundamentais de cada uma dessas esferas, o que ensejou os necessários recortes para a realização do estudo, especialmente em razão da amplitude desses conceitos.

A deontologia, na acepção profissional, foi tratada em duas frentes: códigos de ética, onde a interseção com o jornalismo se torna mais evidente; e indicadores de credibilidade, sendo que alguns dos mais relevantes na atualidade são destacados a título de exemplificação, ao mesmo tempo em que são utilizados como referenciais para o resultado final deste trabalho — um conjunto de indicadores-chave visando a elaboração de diretrizes específicas para o uso de IA em processos de produção noticiosa.

Valores jornalísticos e princípios editoriais são analisados separadamente com o intuito de se promover um esclarecimento, visto que “valores” e “princípios” são, por vezes, tratados como sinônimos, quando na verdade possuem características próprias, ainda que mantendo uma expressiva relação de complementaridade.

A autorregulação é a principal vertente examinada nesta seção, devido à natureza da pesquisa, voltada para a disposição de veículos jornalísticos e de grupos de mídia no sentido de estabelecer os próprios limites para aplicações de IA em seus fluxos de trabalho.

Em razão de ser um conceito largamente utilizado na área de Administração de Empresas, a conformidade (normalmente referida pelo termo correspondente em inglês, *compliance*) é colocada na condição de um “sistema” amplo ligado à cultura organizacional, o qual mantém sob um mesmo “guarda-chuva” preceitos relacionados à conduta, ética, integridade e obediência aos códigos deontológicos e legislações vigentes.

Por fim, são analisados marcos regulatórios, já em vigor ou que ainda estão em regime de tramitação na esfera legislativa, tendo em conta a complexidade do tema “inteligência artificial” e dos impactos desta — os já perceptíveis e aqueles que ainda são presumidos — sobre o mundo do trabalho e a sociedade como um todo.

1.1 Deontologia

O *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa* define o termo "deontologia[1]" como um "estudo ou tratado dos deveres ou das regras de natureza ética" e também como o "conjunto de deveres e regras de natureza ética de uma classe profissional". A origem etimológica aponta para as palavras gregas *déon*, que significa "dever", e *lógos* ("teoria"), do qual se deriva o sufixo "logia" (referente à noção de "estudo").

O precursor da "Teoria do Dever", como a deontologia também é conhecida, foi o filósofo e jurista inglês Jeremy Bentham (1748-1832), sendo que o termo foi empregado pela primeira vez no volume I do livro *Chrestomatia*, publicado em 1816, visando distinguir dois ramos da ética, o enunciativo e o sensorial (Camponez, 2009). Posteriormente, o conceito foi consolidado em uma obra póstuma (intitulada, em tradução livre, "Deontologia; ou A Ciência da Moralidade", de 1834) como uma teoria normativa da filosofia moral contemporânea, ligada ao utilitarismo, corrente da qual Bentham foi um dos fundadores.

A relação entre deontologia e ética — do grego "éthos", que significa "costume" ou "hábito", segundo o mesmo *Dicionário Priberam*[2], o qual define o termo como sendo a "parte da Filosofia que estuda os fundamentos da moral" e o "conjunto de regras de conduta de um indivíduo ou de um grupo" — é, portanto, intrínseca, conforme atesta Martins (2023) ao analisar a teoria defendida pelo filósofo alemão Immanuel Kant (1724-1804), que baseia a moralidade em um princípio absoluto denominado "imperativo categórico", mediante o qual as ações humanas "devem ser realizadas com base em princípios universais que possam ser aplicados a todas as pessoas em todas as situações".

A deontologia, em razão do seu tratamento normativo, que opera com o conceito de dever (Korkonosenko, 2013) e por estar situada no âmbito da ética aplicada (Santos, 2019), tornou-se o alicerce necessário para o embasamento de códigos de conduta, entendidos por Rasche (2006) como "um esforço para obter-se uma uniformização da ação dos membros de uma categoria profissional", sendo que essa "uniformização" é no sentido de "orientar, prescrever, controlar a conduta dos

[1] Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/deontologia>.
[2] Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/%C3%A9tica>.

membros da profissão visando construir uma identidade e por meio desta, tornar-se respeitado e conhecido pelos demais membros da sociedade" (p. 176).

1.1.1 Códigos de Ética

Os documentos que preconizam as boas práticas profissionais em uma determinada área de atuação são normalmente denominados "códigos deontológicos" ou "códigos de ética" e variam em termos de abrangência: podem ser restritos, por exemplo, a uma organização ou a um país. No entanto, em alguns casos, servem até mesmo como referências de conduta em nível global.

Segundo Camponez (2009), a deontologia é o conceito central da autorregulação profissional e as áreas da Medicina e do Direito foram as precursoras no estabelecimento de códigos deontológicos, inspirando todas as demais, a exemplo do Jornalismo a partir da segunda década do século XX, com o surgimento dos primeiros dispositivos de autorregulação do setor (Dantas, 2013), destacando-se o pioneiro *Code of Ethics for Newspapers*[3] ("Código de Ética para Jornais", em tradução livre), adotado em março de 1910 pela Associação Editorial do Estado do Kansas (EUA); e a *Charte des devoirs professionnels des journalistes français* ("Carta de deveres profissionais dos jornalistas franceses", tradução nossa), publicada pelo Sindicato Nacional dos Jornalistas da França em 1918 — desde 2011, quando entrou em vigor a sua versão mais recente, o documento passou a ser intitulado *Charte d'éthique professionnelle des journalistes*[4] ("Carta de ética profissional dos jornalistas").

A ampla gama existente de parâmetros autorregulatórios no Jornalismo pode ser constatada no site *Accountable Journalism*[5], base de dados do *Donald W. Reynolds Journalism Institute* da *Missouri School of Journalism* (EUA), mantida em parceria com a *Ethical Journalism Network* (Reino Unido), cujo acervo conta com mais de 400 códigos publicados ao redor do mundo, incluindo documentos elaborados por organizações diversas, tais como entidades associativas e empresas atuantes no setor. Um exemplo pioneiro e que ainda se encontra em vigor é o código

[3] Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/1014634>.
[4] Disponível em: <https://www.snj.fr/sites/default/files/documents/Charte2011-SNJ.pdf>.
[5] Disponível em: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes>.

da *Society of Professional Journalists* (SPJ), dos EUA, cuja primeira edição é de 1926, tendo a atualização mais recente sido publicada em setembro de 2014[6].

No Brasil, o tema "código de ética" foi objeto de discussão já durante o I Congresso Nacional dos Jornalistas, promovido pela Associação Brasileira de Imprensa (ABI) em setembro de 1918 (Dantas, 2013). Porém, somente pouco mais de três décadas depois, em 1949, foi consolidada a primeira versão do "Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros", três anos após a criação da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), entidade sindical que o mantém até os dias atuais (Christofoletti, 2006). Este conjunto de princípios foi revisado em três oportunidades, nos anos de 1968, 1986 e 2007 (esta última versão permanece em vigor[7]).

Na esfera internacional, há registros de entendimentos em torno da implementação de um código de ética desde meados do século XX: a primeira versão da carta de princípios mantida pela Federação Internacional dos Jornalistas (IFJ, na sigla em inglês) — chamada de "Declaração de Bordeaux", referência à cidade francesa onde esta foi aprovada em 1954 — passou por atualizações ao longo do tempo, sendo a versão mais recente, denominada *Global Charter of Ethics for Journalists* ("Carta Global de Ética para os Jornalistas"), datada de junho de 2019[8]. Posteriormente, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) aprovou, em novembro de 1983, os Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo[9] (no original, *International Principles of Professional Ethics in Journalism*), fruto de debates ocorridos durante quatro reuniões consultivas da organização, promovidas a partir de 1978.

1.1.2 Indicadores de Credibilidade

Iniciativas empreendidas por organizações fundadas e geridas por jornalistas profissionais já consolidaram uma série de indicadores que servem como referências para o que se convencionou denominar *quality journalism* ("jornalismo de qualidade"). De acordo com Mazzoli (2023), ao longo do tempo, os tradicionais códigos de ética foram decisivos para conferir uma identidade ao conteúdo

[6] Disponível em: <https://www.spj.org/spj-code-of-ethics/>.
[7] Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>.
[8] Disponível em: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>.
[9] Disponível em: <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo/>.

jornalístico, diferenciando-o dos demais tipos pelo fato de este ser regido por um conjunto de normas baseadas em princípios como os de transparência, responsabilidade (*accountability*), qualidade e independência editorial. No entanto, na atualidade, esses códigos têm sido obliterados e vêm perdendo relevância no ambiente digital em razão do agnosticismo dos algoritmos das plataformas de mídia social quanto à qualidade do conteúdo que disseminam, já que estas priorizam o engajamento em prol da lucratividade e, ao mesmo tempo, se isentam da responsabilidade editorial pelo que é publicado, atribuindo-a exclusivamente aos seus usuários.

Devido à ausência de respaldo das empresas proprietárias dessas plataformas, que são algumas das maiores companhias do mundo na área de Tecnologia da Informação (as chamadas "*big techs*[10]") — especialmente Alphabet (proprietária do Google) e Meta (dona do Facebook) —, projetos como a *Journalism Trust Initiative* (JTI), o *NewsGuard* e o *The Trust Project* foram criados com o propósito de apoiar, e em alguns casos até mesmo certificar, os veículos que seguem os padrões e indicadores de qualidade estabelecidos por essas iniciativas, sendo que a palavra-chave a guiá-los é "confiança" (Mazzoli, 2023, tradução nossa).

A JTI foi concebida pela organização não governamental Repórteres sem Fronteiras (RSF) como uma acreditação no padrão ISO (sigla em inglês para "Organização Internacional de Normalização"), cujo objetivo é "recompensar o jornalismo confiável e a conformidade com as normas profissionais[11]" (*online*, tradução nossa). As 18 cláusulas previstas no programa da iniciativa abrangem o nível institucional e também o processo de produção jornalística, incluindo especificações sobre transparência de propriedade e diretrizes editoriais, políticas de independência, precisão e correção, entre outros aspectos relevantes[12].

Já o *NewsGuard* foi criado pelo jornalista Steven Brill em parceria com Gordon Crovitz, ex-*publisher* do *The Wall Street Journal* (EUA). Trata-se de um conjunto de soluções voltado para a certificação e promoção da confiabilidade de veículos jornalísticos que, além de garantirem a qualidade de seus noticiários, combatem a desinformação propagada nos meios digitais.

---

[10] As cinco principais *big techs* do mundo são conhecidas pelo acrônimo GAFAM, uma referência às iniciais das empresas Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft.
[11] Mais informações disponíveis em: <https://www.journalismtrustinitiative.org/>.
[12] Mais informações disponíveis em: <https://www.jti-app.com/footer/cwa>.

Sobre o consórcio internacional *The Trust Project*, Saad *et al.* (2023) enfatizam o eixo de sustentação do projeto, a transparência, fator principal a reger os "Indicadores de Confiança", elaborados para atestar a credibilidade de veículos jornalísticos e de suas respectivas produções noticiosas, elemento fundamental para conquistar e manter a confiança do público. Ioscote e Macedo (2023) assinalam que o projeto, fundado pela jornalista estadunidense Sally Lehrman em 2018, instituiu os seguintes critérios[13]: 1) Boas práticas; 2) Experiência e as especialidades do jornalista; 3) Tipo de trabalho; 4) Referências; 5) Métodos; 6) Local; 7) Vozes diversas; e 8) Comentários interativos. Entende-se que dois desses indicadores (1 e 5) são diretamente relacionados ao objeto desta tese de doutorado, visto que consistem, respectivamente, em: 1) Transparência editorial e compartilhamento da missão e dos compromissos éticos assumidos pela organização; e 5) Detalhamento da produção de pautas e reportagens, incluindo os critérios para a escolha das fontes consultadas.

Cada um dos indicadores apresenta exemplos de perguntas que podem ser feitas para guiar a verificação da credibilidade do veículo, de acordo com os princípios defendidos pelo projeto. No caso do indicador "Melhores práticas", os seguintes pontos são abordados: 1) O veículo usa diretrizes para assegurar uma reportagem honesta e independente?; 2) Quais são a missão e as prioridades do veículo?; e 3) Quem o financia?. Já o indicador relativo aos métodos pode gerar os seguintes questionamentos: 1) Quais esforços de reportagem foram feitos?; 2) Quais métodos foram usados?; e 3) Quem mais esteve envolvido no processo? (*The Trust Project*, *online*, tradução nossa).

A partir dos dados obtidos com a pesquisa, as autoras estabeleceram duas categorias para classificar os indicadores, sendo a primeira relacionada a questões institucionais, como a adoção de critérios éticos e normas que orientam a cobertura jornalística. Já a segunda categoria está vinculada a práticas jornalísticas e editoriais aplicadas à rotina da redação. Ambas permeiam o critério de transparência no intuito de que o leitor possa identificar o processo jornalístico de produção das notícias, sua integridade e confiabilidade (Ioscote & Macedo, 2023, p. 100). Além disso, como forma de adequação ao novo panorama decorrente do advento da IA Gen, elas sugerem a criação de um nono indicador (intitulado "Ferramentas"), "no sentido de

[13] Mais informações disponíveis em: <https://thetrustproject.org/trust-indicators/>.

esclarecer o uso de técnicas, *softwares* ou IA na construção da notícia" (Ioscote & Macedo, 2023, p. 103).

No Brasil, um exemplo recente de estabelecimento de indicadores é produto de uma iniciativa do Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor), que lançou, em setembro de 2024, o Programa de Indicadores de Compromisso com o Público[14], criado para ser um referencial em termos de transparência e responsabilidade com a qualidade da informação e, ao mesmo tempo, uma extensão do *Atlas da Notícia*[15], censo que mapeia a presença de veículos jornalísticos em atividade no país, e os chamados "desertos de notícias" (áreas sem quaisquer tipos de cobertura jornalística local) existentes no território brasileiro.

Os onze indicadores que compõem o programa são os seguintes: 1) Expediente; 2) Princípios editoriais; 3) Política de correção de erros; 4) Afiliação a associações setoriais do jornalismo; 5) Acesso aos profissionais da Redação; 6) Propriedade do veículo; 7) Identificação clara de conteúdos patrocinados; 8) Transparência de financiamento; 9) Identificação de autoria; 10) Política de privacidade; e 11) Acessibilidade. Salienta-se que é possível constatar uma interface direta do objeto desta tese de doutorado com o segundo indicador, visto que, entre os itens que justificam a sua importância, destaca-se o questionamento direcionado à organização jornalística que pretende aderir ao programa sobre a existência de uma política própria de ética jornalística ou, na ausência desta, se o veículo segue algum código de referência elaborado por uma entidade externa.

1.2 Valores Jornalísticos e Princípios Editoriais

A cristalização de uma ética profissional passa, epistemologicamente, pelo reconhecimento de que a conduta no exercício da atividade deve ser norteada por valores e princípios fundamentais e constantes, de natureza transversal a diferentes sociedades e culturas (Santos, 2019).

No jornalismo, esse conjunto de diretrizes gerais pode se consubstanciar em diferentes formatos, de manuais de redação a códigos de ética, passando por diretrizes específicas para o uso de IA, sendo importante verificar quais valores

[14] Mais informações disponíveis em: <https://atlas.jor.br/indicadores/>.
[15] Mais informações disponíveis em: <https://atlas.jor.br/>.

jornalísticos (pilares da profissão) e quais princípios editoriais — defendidos e praticados pelos veículos — tendem a permear essas orientações.

Os conceitos descritos a seguir contribuíram decisivamente para o embasamento teórico desta tese. O processo de seleção dos valores e princípios para a elaboração dos indicadores-chave que podem alicerçar uma política de uso de IA é detalhado no Capítulo 2 (tópico 2.3).

1.2.1 Confiança

Em que pese ter uma dependência em relação a fatores subjetivos, relacionados às convicções de quem consome o conteúdo jornalístico (Belda & Santos, 2017), refletindo "sentimentos, impressões e percepções individuais sobre os produtos e serviços da indústria de notícias" (Christofoletti, 2024, p. 33), a confiança também é um valor jornalístico composto por critérios objetivos e verificáveis, a exemplo dos indicadores propostos pelo *The Trust Project*.

No âmbito desse importante pilar do Jornalismo, o cenário contemporâneo é desafiador, sendo marcado, de acordo com Salaverría *et al.* (2024), pela tendência de declínio da confiança do público na mídia - registrada a partir dos anos 1970 e que foi potencializada no século XXI com a revolução digital - e os efeitos nocivos decorrentes sobre a reputação dos veículos jornalísticos. Esta percepção negativa deve ser atribuída, segundo os pesquisadores, tanto a fatores internos quanto a questões externas às redações. Na esfera interna, os autores destacam a deterioração gradual dos padrões profissionais, com o sacrifício de princípios deontológicos em prol do aumento da audiência; e a crescente fragilidade empresarial dos meios de comunicação, o que torna a indústria jornalística mais submissa a pressões dos poderes políticos e econômicos. Quanto aos aspectos externos, ressaltam a profunda transformação tecnológica experimentada pela indústria jornalística desde meados da década de 1990 e suas consequências; a polarização política; e a proliferação de conteúdos desinformativos.

Opdahl *et al.* (2023) abordam tanto a confiança quanto um conceito derivado, o de "confiabilidade" (*trustworthy*), que incide sobre todos os estágios da cadeia jornalística de valor, cuja referência é o modelo proposto pelo American Press Institute, envolvendo as etapas de coleta (*gathering*) e avaliação (*assessing*) de dados, e também as de criação (*creating*) e apresentação (*presenting*) de conteúdo

noticioso. A confiabilidade é classificada pelos autores como um “desafio central para as redações” (p. 2) na atualidade, sendo que a tecnologia inovadora proporcionada pela IA tem potencial para ser uma aliada na busca por sua conquista.

Nesse mesmo diapasão, Ioscote e Macedo (2023) sugerem que os veículos jornalísticos adotem uma “estratégia de confiabilidade por meio do uso da inteligência artificial”, que consiste nas seguintes etapas:

> (...) 1) com informações mais precisas, as redações podem ganhar ou reforçar a confiança do público; 2) com maior velocidade nos processos, a redação pode aumentar sua credibilidade, levando-se em consideração que a rapidez na entrega das informações é fator importante nas práticas jornalísticas; 3) a personalização pode ajudar a criar uma conexão mais forte entre a redação e o público; 4) a transparência no processo de produção de notícias pode auxiliar no ganho ou reforço da confiança por parte do público (Ioscote & Macedo, 2023, p. 98).

Um relatório publicado em 2024 pela União Europeia de Radiodifusão (EBU, na sigla em inglês) aponta possíveis caminhos para a preservação da confiança no jornalismo em tempos de inteligência artificial generativa — do combate à desinformação, cuja disseminação é potencializada pelas *deepfakes* (amálgama dos termos *deep learning* e *fake*), o que obriga veículos a intensificar os esforços de checagem de fatos (*fact-checking*); ao estabelecimento de padrões éticos e de iniciativas de alfabetização midiática:

> Organizações de notícias responsáveis possuem processos rigorosos de verificação de fatos e padrões editoriais para validar informações provenientes de fontes confiáveis. Esses processos funcionam igualmente bem para conteúdos gerados por IA, e tais organizações continuam desempenhando um papel vital na educação do público sobre alfabetização midiática e na identificação de desinformação. Além disso, o uso ético e transparente da tecnologia de IA pode, na verdade, ajudar jornalistas na análise de dados, pesquisa e reconhecimento de padrões, complementando os esforços para enfrentar o problema, mesmo que esses métodos apresentem lacunas e limitações (EBU, 2024, p. 23, tradução nossa).

Giovine *et al.* (2024) salientam que “para capturar o valor potencial completo da IA, as organizações precisam construir confiança” (tradução nossa), tendo como premissa a explicabilidade dos sistemas de inteligência artificial generativa, ou seja, o entendimento sobre como estes funcionam e aquilo que podem entregar em termos de resultados. Porém, entre a consciência do fato e a execução de ações

ainda há uma distância considerável em organizações de setores diversos: uma pesquisa[16] feita em 2024 pela consultoria McKinsey aponta que 40% dos 1.363 profissionais entrevistados identificaram a explicabilidade como um risco-chave na adoção de IA Gen, mas somente 17% afirmaram que têm trabalhado para mitigá-lo.

Apontado por Forja-Pena *et al.* (2024), o risco de erosão da confiança no jornalismo devido a eventuais maus usos da inteligência artificial deve ser atenuado por meio de ações efetivas. Na visão dos autores, "a IA já entrou de forma proeminente no campo do jornalismo" (p. 238, tradução nossa), transformando rotinas profissionais, perfis e produtos. Com a incorporação de novos recursos tecnológicos, surgem desafios que demandam reflexões sobre possíveis consequências do emprego dessas ferramentas.

Com base nessa premissa, os pesquisadores defendem a adoção de novas diretrizes para encontrar os melhores caminhos com vistas a superar possíveis dilemas, evitando que os princípios éticos do jornalismo sejam, de alguma forma, sacrificados. Porém, apesar de já terem sido tomadas algumas medidas no sentido de elaborar novas diretrizes ou de atualizar códigos de ética anteriores, ainda há um longo caminho a percorrer, tendo como necessidades urgentes a consideração de diferentes perspectivas para impulsionar o processo de adaptação de códigos preexistentes e a implementação de regramentos específicos voltados para o uso de IA, visando preservar a ética jornalística em meio a uma intensa e progressiva automação das redações, o que tende a gerar uma ampla variedade de problemas éticos (Forja-Pena *et al.*, 2024, p. 238, tradução nossa).

1.2.2 Credibilidade

A credibilidade se constitui, em última análise, como o principal patrimônio do jornalismo, sendo uma decorrência da relação construída ao longo do tempo com o público, em especial pela percepção deste acerca da qualidade da produção noticiosa (Belda & Santos, 2017). Para Christofoletti (2024), acaba sendo um "efeito da confiança", pois:

> À medida que os meios de comunicação se mostram confiáveis, podem lhe ser atribuídas certas credenciais de prestígio e autoridade, emblemas extensivos às marcas jornalísticas e a seus profissionais. Assim, a

[16] Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>.

> credibilidade jornalística parece ser um ativo que se consolida com a passagem do tempo, com o acúmulo e a manutenção contínua de elevados graus de confiança pública nas notícias, nos jornalistas e nas marcas ou veículos (Christofoletti, 2024, p. 33).

Canavilhas e Biolchi (2024) discutem a crise de credibilidade — combinada com a de sustentabilidade econômica — enfrentada pelo setor de mídia desde o início do século XXI. Estabelecido como uma espécie de "quarto poder" na sociedade, o jornalismo lida com a responsabilidade de ser exemplar em termos de transparência. Nesse contexto, a fim de recuperar a sua reputação, deve reduzir o tanto quanto possível a sua opacidade (p. 48).

Em sua defesa e visando garantir a própria sobrevivência, os veículos jornalísticos têm implementado processos para transparecer suas estruturas e métodos de trabalho, diferenciando-se em termos qualitativos de fontes não-jornalísticas atualmente disponíveis em abundância no meio digital e, dessa forma, buscando recuperar a credibilidade perdida. O eventual vácuo de legislação específica que tenha por finalidade regular esses protocolos de transparência de veículos jornalísticos leva à concepção de dispositivos autorregulatórios, orientados para a percepção do público. Esses instrumentos representam uma resposta não apenas às perdas da credibilidade e da confiança pública, mas também ao fenômeno da desinformação (Canavilhas & Biolchi, 2024, p. 49).

Assim como a confiança, a credibilidade também pode ser aferida por meio de critérios objetivos e verificáveis, atendendo a indicadores como os que estão sendo desenvolvidos pelo Projeto ICJor[17], apoiados em cinco eixos: Compromissos Democráticos do Jornalismo, *Accountability* do Jornalismo, Teoria e Ética Jornalística, Sistemas de Qualidade e Combate à Desinformação.

1.2.3 Autonomia

Na concepção de indicadores para diretrizes de uso de IA, o conceito de "autonomia" desempenha um papel crucial, visto que, sem essa característica,

[17] Originado a partir da pesquisa intitulada "Índice de Credibilidade Jornalística: formulação de indicadores de fortalecimento do jornalismo para o combate aos ecossistemas de desinformação", iniciativa financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) que reúne pesquisadores de cinco instituições públicas de ensino e pesquisa brasileiras: as universidades federais de Santa Catarina (UFSC), Pará (UFPA) e Sergipe (UFS) e também a Universidade de Brasília (UnB) e a Universidade Estadual Paulista (Unesp). Mais informações encontram-se disponíveis em: <https://credibilidade.paginas.ufsc.br/>.

quaisquer procedimentos de inclusão, exclusão ou atualização de cláusulas do dispositivo autorregulatório poderiam ser excessivamente obstaculizadas por camadas organizacionais de burocracia.

Para mitigar este risco, recomenda-se que as diretrizes sejam implementadas na forma de uma política de uso autônoma em relação a outros códigos de conduta eventualmente já implementados, o que tende a viabilizar uma autorregulação mais dinâmica e eficaz diante das especificidades técnicas da IA e, sobretudo, dos desafios éticos impostos pelo uso de ferramentas automatizadas de auxílio aos fluxos de trabalho. A política de uso é um dos formatos que têm sido adotados por empresas jornalísticas para a consolidação de diretrizes de IA, conforme é detalhado no Capítulo 3 (tópico 3.3.4).

A área de Administração Estratégica trata a autonomia no âmbito organizacional como um “instrumento” que contribui decisivamente em três pontos importantes da gestão: eficiência operacional, rapidez na solução de problemas e flexibilidade para enfrentar um ambiente de mudanças (Nonaka, 2015, p. 17). Entre outras ações, deriva dessa concepção a ideia de se estabelecer um comitê multiprofissional e interdepartamental — envolvendo a Redação e outros setores, como Jurídico, Marketing e TI — para acompanhar a implementação de uma política de uso de IA, deliberar sobre a necessidade de ajustes e atualizar periodicamente o documento de caráter orientativo. Este foi o caminho escolhido, por exemplo, pelo grupo de mídia capitaneado pelo jornal *O Estado de S. Paulo* (*Estadão*), um dos que foram objeto do estudo de casos apresentado na Seção 4 desta tese (tópico 4.2.4).

1.2.4 Responsabilidade (*Accountability*)

O termo *accountability* não possui um equivalente em português, sendo comum o entendimento de que, no campo jornalístico, engloba tanto o senso de responsabilidade editorial — sentido aplicado na presente tese — quanto o ato de prestar contas junto ao público. Torna-se inevitável, portanto, uma interseção com outros princípios basilares do jornalismo, produzindo imbricações conceituais como a existente entre “responsabilidade” e “transparência”, o que reforça a importância de ambas no arcabouço proposto a fim de fundamentar os indicadores recomendados para uma política de uso de IA.

Na pesquisa em jornalismo, diversos trabalhos têm como foco um conceito derivado, o de *media accountability* (“responsabilidade da mídia”), desenvolvido de forma pioneira pelo pesquisador francês Claude-Jean Bertrand (1934-2007) no início dos anos 2000 e que, desde então, passou a ser estudado por diferentes pesquisadores, a exemplo de Fengler *et al.* (2019); Paulino e Gomes (2019), que definem *media accountability* como um conjunto de iniciativas que visa garantir a regulação da mídia e acompanhar de perto o conteúdo produzido, “para que este seja fidedigno e útil” (p. 2); e Christofoletti *et al.* (2021), para os quais:

> [...] é preciso certa disponibilidade das organizações noticiosas para que implementem políticas de transparência nas redações. Práticas transparentes podem operar sobre processos produtivos do jornalismo, sobre quem produz a informação e sobre a própria organização. São três dimensões que suscitam tipos e intensidade distintas de transparência. No caso das organizações de notícias, envolve criar ou adaptar políticas de boas práticas, reformular princípios editoriais para uma cultura de abertura ao público e um sistema de prestação de contas sobre operações financeiras, associações e conflitos de interesse. A transparência do processo diz respeito aos métodos e decisões tomadas por jornalistas durante uma apuração. E a transparência sobre quem produz a informação refere-se à identificação de autoria em textos e fotos (Christofoletti *et al.*, 2021, p. 93).

No contexto abordado por Fengler (2019), alguns pesquisadores usam outros termos para definir os processos jornalísticos de responsabilização e prestação de contas, a exemplo de *media transparency* (“transparência da mídia”, mais um traço da supracitada imbricação), que vem sendo debatida mais recentemente, a partir dos anos 2010.

Em síntese, trata-se de um conjunto de instrumentos, aplicados ao nível organizacional, “que podem contribuir para preservar ou reconquistar a confiança no jornalismo, fornecendo informações sobre os processos da redação e os atores participantes — por exemplo, com a ajuda de perfis *online* de jornalistas, declarações de missão, *links* para fontes originais, *blogs* de redação etc.” — (Fengler, 2019, tradução nossa).

Ao definirem *accountability* como “a obrigação das organizações de notícias e dos jornalistas de serem responsáveis pelo conteúdo que produzem e pelos métodos que utilizam”, Porlezza e Schapals (2024) alertam para o fato de que o nível de complexidade desse conceito aumentou com as tecnologias de IA, haja vista que “algoritmos podem agir como ‘caixas-pretas’, dificultando o rastreamento

das decisões e a responsabilização das partes envolvidas por erros ou vieses na cobertura jornalística" (p. 4, tradução nossa). De acordo com os pesquisadores, o enfrentamento desses desafios exige a criação de mecanismos que garantam supervisão editorial e práticas éticas nos processos jornalísticos que tenham o auxílio de IA.

Mesmo antes do advento da IA Gen, Vicente e Flores (2021) assinalaram que, "sem um sentido público de prestação de contas, as tecnologias de IA arriscam disseminar novas caixas negras nas sociedades contemporâneas e, com elas, uma nova geração de fraturas digitais (*digital divides*)". Posteriormente, Saad e Carneiro dos Santos (2023) alertaram para o fato de que "a ação da inteligência artificial em processos jornalísticos pode, potencialmente, levar à produção de notícias falsas e ao desencadeamento de ciclos de desinformação" (p. 787), enquanto que Canavilhas e Biolchi (2024) enfatizaram a necessidade de uma regulação para o uso de inteligência artificial no jornalismo frente a riscos de ordem ética como enviesamento da informação e plágio. Os autores defendem que as "caixas negras" dos sistemas de IA sejam "escrutináveis porque a transparência é um valor fundamental nesta atividade [jornalismo]" (p. 48).

A tendência de opacidade das bases de dados desses sistemas é um agravante que demanda, na visão de Okonkwo *et al.* (2024), uma estrutura (*framework*) para o enfrentamento dos dilemas decorrentes, tendo como alicerces *accountability*, transparência, mitigação de vieses e alfabetização midiática.

1.2.5 Supervisão Humana

A presença e a atuação do ser humano como "garantidor" de que os preceitos éticos serão respeitados em todas as aplicações de inteligência artificial no jornalismo é um espelhamento do princípio "Humano-no-Circuito" (do inglês *Human-in-the-Loop*), que norteia, na área de Tecnologia da Informação, o próprio treinamento de soluções de IA por meio de técnicas de aprendizado de máquina (*machine learning*). Outra denominação utilizada para este preceito é "princípio humano>máquina>humano".

O reflexo dessa importância pode ser constatado em pesquisas de opinião sobre o uso de recursos de IA Gen no jornalismo. Dados obtidos por Diakopoulos *et al.* (2024) junto a profissionais da indústria de notícias mostram que a principal

preocupação ética dos respondentes é a ausência de supervisão humana (21,8%), superando por ampla margem outras relevantes como informações imprecisas (16,4%), vieses (9,5%) e redução da qualidade da produção (7,7%).

Sabino *et al.* (2024) reforçam a importância da supervisão humana no processo de produção de notícias com suporte de IA, classificando-a como "imprescindível para garantir que o conteúdo gerado esteja em conformidade com os princípios éticos e os padrões de qualidade que caracterizam o jornalismo responsável" (pp. 244-245). Nesse sentido, ao analisarem regramentos para o uso de IA implementados por organizações jornalísticas, de-Lima-Santos *et al.* (2024) constatam que:

> Nas diretrizes, os vieses e erros no uso da tecnologia de IA pelas organizações de notícias são constantemente destacados. Essas organizações de mídia ressaltam a importância crucial da vigilância e cautela ao lidar com conteúdos gerados por IA. Elas reconhecem que a IA, assim como os humanos, está sujeita a erros e vieses. Esse reconhecimento leva a uma abordagem cautelosa na utilização da IA, enfatizando a necessidade de supervisão e verificação humanas (de-Lima-Santos *et al.*, 2024, p. 12, tradução nossa).

Contudo, há limites para a capacidade humana de verificar o trabalho realizado por ferramentas de IA, conforme observa Noain-Sánchez (2022): "apesar de ser indispensável garantir os padrões éticos e de qualidade dos resultados gerados pela IA, o volume de dados processados e os resultados obtidos em algumas áreas, como a de documentação, podem significar que apenas uma parte do trabalho pode ser supervisionada" (p. 115, tradução nossa). Por outro lado, a pesquisadora considera factível monitorar tarefas específicas, como a verificação de conteúdo ou a redação de notícias.

1.2.6 Transparência

Por sua condição precípua e pela característica transversal, que permeia toda a estrutura dos processos e práticas referentes à ética jornalística, a transparência tem sido um dos objetos mais constantes de pesquisas do campo desde os anos 2000 (Bezerra & Christofoletti, 2023, p. 5). No entanto, verificou-se um aumento significativo desse interesse por um dos princípios mais elementares do jornalismo

com o advento das ferramentas de inteligência artificial generativa, especialmente em razão dos desafios éticos inerentes à utilização desses recursos.

No entendimento de Christofoletti *et al.* (2021), “a transparência se refere à abertura para processos, métodos e decisões, e se manifesta sempre em relação a sujeitos ou instituições que detenham documentos, processos, dados e registros” (p. 92). No âmbito de um veículo jornalístico, implica disponibilidade e divulgação de informações sobre a organização, os profissionais que nela atuam e também sobre os processos e práticas (Bezerra & Christofoletti, 2023, p. 5). Além disso, conforme pontuam Corrêa *et al.* (2023, p. 4), a transparência substituiu a objetividade como norma de legitimação do jornalismo, em que pese o fato de não estar consolidada na institucionalidade dos veículos jornalísticos por, na condição de parâmetro de conduta, ainda não exercer uma influência efetiva sobre a prática profissional, o que “envolveria não apenas explicar o processo de obtenção de dados e escrita de uma matéria, mas também trazer à luz uma série de influências, relações e disputas que, em geral, não são abordadas pelos jornais ao criarem seus discursos de legitimação” (idem, p. 6).

Recomendada como um dos pilares para a manutenção da credibilidade e da perenidade da atividade jornalística, a transparência pode se manifestar de três formas: 1) Como norma prescritiva, visando a criação de políticas de transparência; 2) Como técnica, para atender a algumas necessidades inerentes ao exercício da atividade no contexto digital, oferecendo instrumentos práticos para o jornalismo desenvolver e atualizar processos; e 3) Como estratégia profissional para motivar a confiança dos públicos no jornalismo por meio da abertura de seus processos (Christofoletti *et al.*, 2021, p. 92).

Sobre iniciativas de transparência no jornalismo, Latvala (2023) observa que:

> (...) as práticas comumente citadas incluem a explicação dos processos de reportagem, incluindo informações sobre o autor, uma seção “Sobre nós” mais detalhada, tornando as diretrizes editoriais e os códigos de ética públicos e facilmente acessíveis, *hiperlinks* para fontes de informação, descrições de metodologia em matérias de jornalismo de dados, concedendo o acesso público às reuniões editoriais e permitindo-lhes participar na elaboração de uma história (Latvala, 2023, p. 12, tradução nossa).

O ensaio faz um questionamento sobre a seguinte premissa: “se os jornalistas mostrarem ao seu público como o jornalismo é feito, então o público

confiará mais no jornalismo" (Latvala, 2023, p. 13, tradução nossa). Entrevistada pelo pesquisador, Joy Mayer, fundadora e diretora da *Trusting News*[18], uma organização dos EUA que treina redações para ganhar a confiança do público, explicou como a questão é abordada nos ambientes de trabalho: "o que treinamos nas redações é como o aumento da transparência demonstra credibilidade, convida à responsabilização [*accountability*] e cria confiança" (Latvala, 2023, p. 14, tradução nossa).

Contudo, Latvala (2023) pondera que o impacto positivo presumido como resultado de procedimentos de transparência não necessariamente acontece, visto que a confiança não depende somente da qualidade do trabalho dos jornalistas, mas também das raízes culturais e políticas de quem o avalia.

1.3 Autorregulação

A autorregulação (ou autorregulamentação) é definida por Defanti (2018) como a "regulação de determinados setores sociais ou econômicos cujo principal agente regulador é uma entidade privada que surge, normalmente, a partir de uma associação de integrantes do próprio setor regulado" (p. 150). Em linhas gerais, essas entidades representativas podem ter um viés fiscalizador ou orientativo (em prol das melhores práticas). No setor publicitário brasileiro, há exemplos de ambos: enquadra-se na primeira categoria o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), órgão composto por voluntários da própria área que visa delimitar a atuação no mercado com base no que preconiza o *Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária*[19], lançado em 1977. O propósito é coibir eventuais abusos e excessos provenientes de peças de propaganda e, ao mesmo tempo, defender a liberdade de expressão comercial.

Já o Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário (Cenp, antigo Conselho Executivo das Normas-Padrão) é uma entidade de direito privado fundada em 1998 que congrega agências, profissionais, veículos de comunicação, prestadores de serviços e demais envolvidos com a cadeia produtiva da Publicidade. Entre as suas iniciativas, o Cenp mantém um programa de acreditação[20] de

[18] Mais informações disponíveis em: <https://trustingnews.org/>.
[19] Disponível em: <http://www.conar.org.br/codigo/codigo.php>.
[20] Mais informações disponíveis em: <https://www.cenp.com.br/certificacao>.

agências publicitárias para premiar as melhores práticas comerciais, alicerçadas na ética e na transparência.

Diferentemente do que ocorre em outros países, como é o caso da Finlândia, que mantém o Conselho para a Mídia de Massa[21], o jornalismo não conta com uma entidade equivalente no Brasil. Sem uma regulação específica ampla, seja esta de natureza estatal ou pública, as empresas e suas entidades representativas desenvolveram dispositivos próprios de autorregulação, a exemplo de códigos e diretrizes de conduta que definem compromissos éticos perante as suas audiências.

Em tempos de transformação dos processos de trabalho, durante os quais dúvidas surgem e questões de ordem ética quanto às possíveis implicações do emprego de uma tecnologia como a IA para a produção de conteúdo são levantadas, alguns cuidados são recomendáveis, especialmente quando não há uma legislação nacional ou global específica em vigor. Considerando tal panorama, Almeida (2022) aponta que organizações de diversos setores da economia têm optado por investir em normas flexíveis (*soft law*), "que requerem uma governança para terem engajamento e legitimidade. Na regulação da IA, são usadas em códigos de conduta, estratégias, guias, certificações e padrões" (p. 25). Dessa forma, buscam contornar o descompasso existente entre a legislação (*hard law*) — normalmente morosa por requerer um rito lento em busca de um consenso — e a produção de sistemas de IA, ao mesmo tempo em que tentam evitar atrasos no avanço tecnológico e seus benefícios decorrentes.

Visando minimizar os riscos inerentes à aplicação de soluções automatizadas para a geração de conteúdo noticioso, a implementação de códigos que reúnam diretrizes específicas de conduta é justificável como forma de garantir ao público que a atuação jornalística é balizada por limites éticos claros e que toda informação relevante sobre o veículo, nos âmbitos institucional e organizacional, deve ser documentada e compartilhada a fim de cumprir os preceitos de responsabilidade editorial — estabelecendo uma relação de confiança com a audiência — e também para a manutenção de um registro histórico que confirme a coerência da iniciativa jornalística com os valores que defende.

[21] Mais informações disponíveis em: <https://jsn.fi/en/>.

1.3.1 Mecanismos e Práticas

A autorregulação pode se consubstanciar em diferentes produtos que servem como instrumentos ou dispositivos que viabilizam a sua aplicabilidade e impacto sobre o processo produtivo. Para Rothberg e Garrido (2019), os primeiros esforços nesse sentido no jornalismo puderam ser constatados por meio de mudanças empreendidas nos manuais de redação, implementados a partir de meados do século XX e inicialmente voltados para uma padronização estilística de reportagens. Posteriormente, esses guias de natureza orientativa vieram a ser convertidos em referências mais amplas para o exercício profissional, conferindo aos veículos que os institucionalizaram "supostos diferenciais competitivos" no mercado (idem, p. 87). Nesta pesquisa, manuais deste tipo são enquadrados na categoria de diretrizes denominada "protocolo editorial", conforme detalhado no Capítulo 3 (tópico 3.3.2).

Um caso brasileiro notório de utilização desse tipo de protocolo — incluído no *corpus* da presente tese de doutorado — é o do jornal *Folha de S.Paulo*, que lançou o seu *Manual de Redação*[22] (atualmente referenciado também como *Manual de Conduta*) em 1984 como um desdobramento do *Projeto Folha*, um amplo processo de reestruturação produtiva guiado pelos princípios editoriais do veículo. Oliveira (2013, p. 160) classifica a iniciativa de elaborar a publicação como uma "precursora de tendência" no contexto brasileiro em termos de modernização dos processos de produção jornalística.

No entanto, Rothberg e Garrido (2019) assinalam que os manuais de redação tendem a ser instrumentos potencialmente transformadores das organizações jornalísticas apenas se forem sucedidos por outras políticas em sistemas de gestão autorregulatórios, como códigos de ética e de conduta editorial, *ombudsman* e conselhos de leitores (p. 87). Isto é corroborado pela *Cartilha de Autorregulamentação*[23] da Associação Nacional de Jornais (ANJ). Ao abordar a adoção de um código, manual ou guia de ética como um dos caminhos possíveis para a autorregulação, a entidade definiu este documento como um "conjunto de normas éticas, as quais o jornal se compromete a seguir". No entanto, diferencia os

[22] Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/conduta.shtml>.
[23] Disponível em: <https://www.anj.org.br/cartilha-autorregulamentacao/>.

significados de um código e de um manual ao classificar o primeiro tipo como uma "declaração de princípios", enquanto o segundo "reúne as orientações sobre como seguir o Código". Estabelece-se, portanto, uma relação de hierarquia, pela qual um código de ética deve preceder e nortear um manual de conduta.

A referida cartilha é a base documental do *Programa Permanente de Autorregulamentação*[24], um conjunto de práticas a serem adotadas voluntariamente pelos veículos associados. Lançada em 2011, a iniciativa possui um viés de orientação, seguindo uma diretriz de incentivo ao cumprimento do compromisso assumido pelas organizações que compõem a entidade quanto ao uso de dispositivos autorregulatórios, previsto no *Código de Ética e Autorregulamentação*[25] da ANJ: "As associadas deverão adotar, de forma transparente, mecanismos e critérios próprios de autorregulamentação, e que sejam de conhecimento do seu público leitor".

A cartilha aponta para cinco direções distintas, que podem ser percorridas separadamente, mas que tendem a convergir para o cumprimento da meta de autorregulação proposta pela ANJ: 1) Reconhecimento e publicação de erros; 2) Canais de atendimento aos leitores; 3) Publicação de cartas/e-mails de leitores; 4) Fóruns de análise crítica [*ombudsman*; conselho editorial e conselho de leitores]; e 5) Processos de relacionamento com os leitores [código, manual ou guia de ética; e carta ou *blog* do editor].

1.4 Conformidade (*Compliance*)

O termo em inglês *compliance* ("conformidade") deriva do verbo *to comply* ("estar de acordo"), sendo que Ribeiro e Diniz (2015) definem o conceito de *compliance* no âmbito empresarial como o conjunto de "ferramentas de concretização da missão, da visão e dos valores de uma empresa" (p. 88). Essa gama de recursos permite a consecução de uma estratégia necessária para atenuar riscos nas esferas regulatória e reputacional, sendo o espectro da regulação composto por três camadas: 1) Legislação vigente; 2) Convenções do mercado; e 3)

[24] Disponível em: <https://www.anj.org.br/programa-permanente-de-autorregulamentacao/>.
[25] O *Código de Ética e Autorregulamentação* é o Capítulo V do Estatuto Social da ANJ, disponível em: <https://www.anj.org.br/missao-e-estatuto/>.

Padrões estabelecidos por associações, órgãos reguladores e códigos de conduta (Ribeiro & Diniz, 2015, p. 88).

Em síntese, um sistema de *compliance*, sob a égide de uma cultura de integridade[26], permite que seja criada uma rede de proteção contra riscos institucionais, visto que possui implicações tanto no âmbito interno da organização quanto na sua projeção externa, perante o mercado em que atua e, ao mesmo tempo, em relação à sociedade a qual visa atender. No jornalismo, a implementação de um sistema dessa natureza é observada sob o prisma da transparência por Ferrari e Christofoletti (2022), para os quais "a aplicação do conceito [de transparência] ganhou lastro na adoção de novos conceitos gerenciais, como os de gestão de qualidade e *compliance*, por exemplo. No jornalismo, a transparência encontrou contornos adequados a uma prática de caráter político e de grande impacto social" (p. 159).

É importante pontuar a conexão de natureza complementar existente entre as estratégias de *compliance* e de governança ambiental, social e corporativa[27]. Para fins de exemplificação, foram selecionadas para uma breve análise algumas organizações que recentemente implementaram sistemas de conformidade como partes de planos de integridade. Um repositório[28] mantido pela Controladoria-Geral da União (CGU) do governo brasileiro permite o acesso a esses planejamentos estratégicos de órgãos e entidades da administração pública federal direta, autárquica e fundacional, tendo sido selecionado o documento produzido pelo Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI)[29], órgão vinculado ao Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos. A fim de obter uma amostragem mais ampla, também foram utilizados como parâmetros de análise os programas de

---

[26] O conceito de "integridade" se baseia em "três pilares de sustentação: prevenção, detecção e correção. E, para o seu real funcionamento prático, faz-se necessário o envolvimento amplo dos gestores, comunicação, transparência, treinamento para a força de trabalho, canal de denúncia efetivo, processo de apuração e políticas contínuas de boas práticas" (ITI, 2018, p. 4).

[27] Atualmente, referida no meio empresarial pela sigla em inglês ESG (*Environmental, Social and Governance*).

[28] Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt-br/assuntos/integridade-publica/programa-de-integridade/planos-de-integridade>.

[29] Disponível em: <https://www.gov.br/cgu/pt-br/assuntos/integridade-publica/programa-de-integridade/planos-de-integridade/arquivos/iti-plano-de-integridade.pdf>.

conformidade da Petrobras[30] e do Grupo Globo[31], uma das organizações que são objeto do estudo de casos detalhado na Seção 4 desta tese (item 4.2.3).

O plano do ITI, lançado em 2018, é sustentado sobre quatro eixos: comprometimento da alta direção, alçada responsável (pelo acompanhamento, monitoramento e gestão das ações e medidas a serem implementadas), análise de riscos e monitoramento contínuo. Quanto à alçada responsável, é assinalado que esta "deve ser dotada de *autonomia* [grifo nosso], independência, imparcialidade, recursos materiais, financeiros e humanos necessários ao desempenho de suas atribuições funcionais. Sempre que possível, deve ser garantido à alçada responsável o acesso ao mais alto nível hierárquico da organização" (p. 10).

O programa de governança corporativa da Petrobras define diretrizes para uma "atuação ética e competitiva" em sua área de atuação, buscando "mais eficiência na tomada de decisões, conformidade de processos, mitigação de riscos e melhoria no relacionamento com públicos de interesse". Tendo prevenção, detecção e remediação como pilares, o programa de *compliance* da empresa é articulado em conjunto com normas e procedimentos internos, consolidados em quatro documentos: *Código de Conduta Ética*, *Guia de Conduta Ética para Fornecedores*, *Diretrizes de Compliance Concorrencial* e *Código de Boas Práticas*.

O *Código de Ética e Conduta* do Grupo Globo, que detalha o programa de *compliance* do conglomerado, foi lançado em 2015 e teve a sua terceira e mais recente edição publicada em novembro de 2021. O documento se constitui em um importante referencial para a área de mídia quanto à gestão dessa esfera, especialmente quanto à designação de uma área específica para cuidar de todo o processo. Trata-se do "Comitê de Auditoria e *Compliance*", subordinado à Comissão de Ética e Conduta do grupo de mídia. Entre as atribuições da área, destacam-se a disseminação das diretrizes preconizadas pelo *Código de Ética e Conduta* em todas as etapas da cadeia produtiva; esclarecimento de dilemas éticos; e avaliação de casos de violação do código, incluindo a emissão de pareceres e deliberações sobre o tema.

---

[30] Disponível em: <https://petrobras.com.br/sustentabilidade/governanca-corporativa>.
[31] Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/arquivos/code-of-ethics-and-conduct-pt-BR.pdf>.

1.5 Marcos Regulatórios

Mesmo com uma série de dispositivos de autorregulação já implementados, o jornalismo, assim como os demais setores de atividade profissional, também deve estar atento aos efeitos legais e éticos provenientes de marcos regulatórios governamentais de abrangência nacional ou supranacional. Mesmo antes do lançamento do ChatGPT, a IA já vinha recebendo a atenção de legisladores e órgãos de regulamentação, mas, com a IA Gen e seus riscos implícitos, esse processo adquiriu ainda mais relevância.

De acordo com o Observatório de Políticas de Inteligência Artificial mantido pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD.AI, na sigla em inglês), já foram implementadas estruturas regulatórias e/ou estratégias sobre inteligência artificial em nível supranacional (União Europeia e União Africana) e em 69 países, incluindo o Brasil. O OECD.AI integra a Parceria Global em Inteligência Artificial[32] (GPAI, na sigla em inglês).

Na página dedicada ao contexto brasileiro[33], o OECD.AI destaca a Estratégia Brasileira de Inteligência Artificial[34] (EBIA), lançada em julho de 2021 pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) como um desdobramento da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital[35] (e-Digital), aprovada em 2018. O documento é fundamentado nos cinco princípios definidos pela OCDE para uma gestão responsável dos sistemas de IA, a saber: (i) crescimento inclusivo, o desenvolvimento sustentável e o bem-estar; (ii) valores centrados no ser humano e na equidade; (iii) transparência e explicabilidade; (iv) robustez, segurança e proteção; e (v) a responsabilização ou a prestação de contas (*accountability*) (MCTI, 2021, p. 17).

Com base em um levantamento das melhores práticas internacionais, envolvendo políticas, estratégias e planos para lidar com os impactos da inteligência artificial, a EBIA aponta o estabelecimento de padrões éticos como uma das preocupações centrais, por meio da “criação de conselhos, comitês ou força-tarefa

---

[32] Mais informações disponíveis em: <https://www.oecd.org/en/about/programmes/global-partnership-on-artificial-intelligence.html>.
[33] Disponível em: <https://oecd.ai/en/dashboards/countries/Brazil>.
[34] Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/inteligencia-artificial>.
[35] Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/estrategia-digital>.

para elaborar normas e regulamentos para fundamentar o uso ético e o desenvolvimento da IA" (MCTI, 2021, p. 16).

O planejamento estratégico é dividido em nove eixos temáticos (três transversais e seis verticais). Em termos de interface direta com a presente tese, destaca-se o eixo transversal "Legislação, regulação e uso ético", que tem como um dos objetivos principais "contribuir para a elaboração de princípios éticos para o desenvolvimento e uso de IA responsáveis" (MCTI, 2021, p. 8). No âmbito regulatório, são elencados registros de códigos de conduta, manuais de boas práticas e diretrizes de alto nível desde 2017, muito antes, portanto, do lançamento do ChatGPT (novembro de 2022).

Posteriormente, em julho de 2024, o governo brasileiro lançou o Plano Brasileiro de Inteligência Artificial[36] (PBIA), com metas de investimentos públicos estabelecidas abrangendo o quadriênio 2024-2028. O PBIA é dividido em cinco eixos — 1) Infraestrutura e Desenvolvimento de IA; 2) Difusão, Formação e Capacitação em IA; 3) IA para Melhoria dos Serviços Públicos; 4) IA para Inovação Empresarial; e 5) Apoio ao Processo Regulatório e de Governança de IA. O quinto eixo receberá R$ 103,25 milhões em investimentos, a serem divididos entre duas iniciativas: os programas de Aperfeiçoamento do Marco Regulatório para IA e de Apoio à Governança de IA, sendo apontados como destaques a criação do Observatório Brasileiro de Inteligência Artificial (OBIA) e do Centro Nacional de Transparência Algorítmica e IA Confiável, além da publicação de guias para uma IA ética e responsável e da formação de uma rede de pesquisadores de apoio a processos de governança de inteligência artificial e à participação do Brasil em fóruns internacionais sobre o tema.

Projetos de lei que visam regulamentar o uso de IA no Brasil tramitam desde 2020 no Congresso Nacional, sendo que o principal candidato a marco regulatório na atualidade é o PL nº 2.338/2023[37], de autoria do senador Rodrigo Pacheco (PSD-MG), então presidente do Senado Federal. Entre os destaques da proposta em tramitação, cabe assinalar que conceitos fundamentais a embasar esta tese vão ao encontro de alguns dos princípios que deverão nortear o desenvolvimento, implementação e uso de sistemas de IA no país, previstos no Artigo 3º do texto

---

[36] Disponível em: <https://www.gov.br/lncc/pt-br/assuntos/noticias/ultimas-noticias-1/plano-brasileiro-de-inteligencia-artificial-pbia-2024-2028>

[37] Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>.

original: iii) participação humana no ciclo da inteligência artificial e supervisão humana efetiva; vi) transparência, explicabilidade, inteligibilidade e auditabilidade; e x) prestação de contas, responsabilização e reparação integral de danos.

A legislação mais abrangente e consolidada em nível internacional é o pioneiro *Artificial Intelligence Act*[38] (*AI Act*) da União Europeia (UE), em vigor desde agosto de 2024. Com uma abordagem baseada em uma escala de riscos dividida em quatro níveis (mínimo, limitado, alto e inaceitável) para classificação dos sistemas de IA, o *AI Act* enfatiza os seus alicerces no âmbito ético ao citar como referência as *Orientações éticas para uma IA de confiança*[39], elaboradas ainda em 2019 pelo Grupo de Peritos de Alto Nível em IA (AI HLEG, sigla em inglês para *High-Level Expert Group on Artificial Intelligence*) da Comissão Europeia.

Os sete princípios estabelecidos pelo guia são: 1) Iniciativa e supervisão por humanos; 2) Solidez técnica e segurança; 3) Privacidade e governança dos dados; 4) Transparência; 5) Diversidade, não discriminação e equidade; 6) Bem-estar social e ambiental; e 7) Responsabilização. De acordo com o AI HLEG, para que um sistema de IA tenha a confiabilidade necessária, deve obedecer tanto à legislação vigente quanto a um conjunto de normas éticas, além de ter uma solidez nas esferas técnica e social, visando evitar impactos negativos decorrentes de sua utilização.

A revisão de marcos regulatórios gerais permitiu a constatação da existência de pontos em comum entre os eixos dessas legislações e os valores e princípios que fundamentam os instrumentos autorregulatórios do jornalismo sobre IA. Essas conexões endossaram o recorte escolhido para a consolidação dos indicadores propostos visando a elaboração de diretrizes de uso de recursos automatizados. Ao mesmo tempo, a revisão de literatura viabilizou uma compreensão ampla do estado da arte do objeto da pesquisa, ensejando a escolha dos métodos e técnicas que compuseram o roteiro metodológico desta tese de doutorado.

---

[38] Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>.
[39] Disponível em: <https://op.europa.eu/pt/publication-detail/-/publication/d3988569-0434-11ea-8c1f-01aa75ed71a1>.

SEÇÃO 2

METODOLOGIA

A importância estratégica da metodologia para a consecução de um trabalho acadêmico foi contemplada nesta pesquisa ao ser traçado um roteiro que atendesse a todas as demandas estipuladas após as definições de tema, objeto e hipótese, além dos objetivos gerais e específicos.

A partir dos aspectos que compõem o desenho da pesquisa, tendo como um dos destaques a matriz de análise desenvolvida para embasar a categorização de diretrizes, procedeu-se com o aprofundamento sobre o papel desempenhado pelos métodos de pesquisa que compõem o arranjo metodológico — revisão de literatura, análise documental e estudo de casos —, escolhidos muito em função de suas características qualitativas, mais adequadas à proposta da tese.

As conexões existentes entre os métodos e a utilização da análise documental de forma híbrida — já que esta também serviu como técnica auxiliar do estudo de casos — são pontuadas visando contribuir com o entendimento do itinerário percorrido ao longo do processo de coleta de dados.

2.1 Desenho da Pesquisa

A definição dos métodos de pesquisa aplicados nesta tese considerou o atendimento às necessidades de estruturação e desenvolvimento do trabalho, a saber: a) Estado da arte do objeto — diretrizes institucionais para o uso de IA em redações — no contexto do campo de estudo da deontologia jornalística; b) Panorama da aplicação prática do objeto no âmbito ético-profissional; e c) Consolidação de categorias para fins de sistematização do entendimento sobre o objeto.

Para atender a cada uma dessas demandas de investigação científica, foram escolhidos os seguintes métodos qualitativos, pela ordem: a) Revisão de literatura; b) Análise documental; e c) Estudo de casos. A combinação destes consolidou um arranjo metodológico que permitiu atingir o objetivo geral traçado, o de consolidar indicadores-chave com vistas à elaboração de uma política institucional específica para o uso de IA em processos de produção jornalística. Reitera-se, no entanto, que a análise documental também foi empregada na pesquisa como técnica auxiliar do estudo de casos (mais detalhes no tópico 2.3).

Em termos de intencionalidade, evidencia-se como ponto de partida um questionamento em torno da tendência de implementação de orientações editoriais com foco na delimitação de fronteiras para o uso de IA, procurando confirmar se esta é uma iniciativa de autorregulação que organizações podem levar a cabo como forma de protegerem suas reputações ante riscos de ordem ética.

Com base em uma abordagem teórica fundamentada na deontologia profissional, esta tese de doutorado tem como eixo central de pesquisa a análise documental sob o paradigma normativo, debruçando-se sobre o conteúdo de diretrizes de autorregulação e entendendo-as, sob a perspectiva da área de gestão de mídia, como respostas de direções editoriais a um fenômeno externo às redações jornalísticas (neste caso, a inteligência artificial), que as impacta ao modificar os seus modos de produção, conforme é demonstrado na matriz de análise elaborada para esta tese (Figura 1).

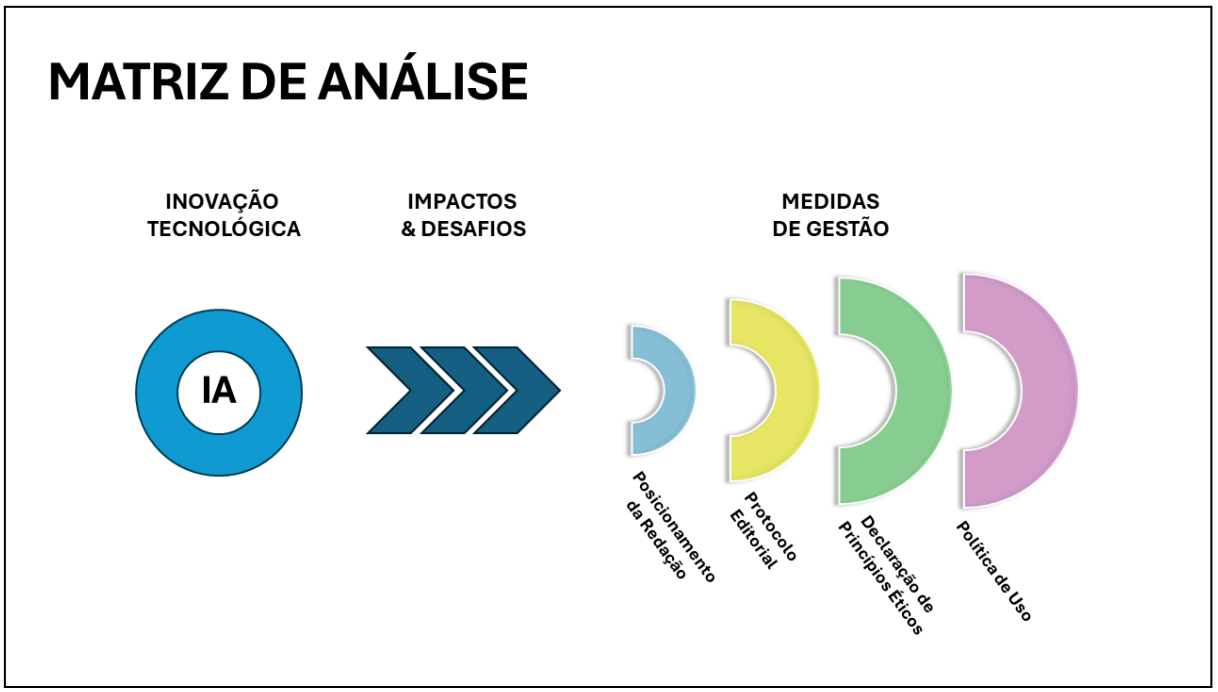


Figura 1 - Esquema visual destaca as diferentes posturas — constatadas no mapeamento de diretrizes e convertidas em categorias de análise documental — de veículos e grupos de mídia diante da disrupção provocada pela IA (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Ao mesmo tempo, cabe ressaltar que esse processo de análise do conteúdo das diretrizes viabilizou a constatação de uma recorrência de elementos conceituais aptos a serem convertidos em indicadores-chave de regramentos sobre IA, que

preveem permissões e restrições ao emprego de ferramentas automatizadas na geração de conteúdo jornalístico.

2.2 Revisão de Literatura

A revisão de literatura empreendida cotejou, de forma não exaustiva em razão da tendência de constante atualização do objeto, artigos científicos, resultados de pesquisas qualitativas sobre o uso de IA no jornalismo, relatórios técnicos elaborados por consultorias e reportagens especializadas sobre as interfaces entre o setor de mídia e a inteligência artificial publicados, na maioria dos casos, após a ascensão da IA generativa, a partir do lançamento do ChatGPT em novembro de 2022.

No entanto, isto não impôs qualquer impedimento a eventuais consultas a fontes de referência publicadas anteriormente, haja vista que o recorte determinado para a bibliografia contemplava a possibilidade de inclusão de trabalhos feitos com base nas experiências prévias envolvendo o uso de ferramentas automatizadas, por exemplo, no segmento de jornalismo de dados.

A extensão e a amplitude da bibliografia atenderam às expectativas e aos objetivos traçados, tendo sido possível extrair dados para a composição de um panorama sobre o objeto da pesquisa; mapear diretrizes para o uso de ferramentas de inteligência artificial já publicadas por organizações jornalísticas; e, por fim, estabelecer os conceitos a serem utilizados como indicadores-chave de uma política institucional para balizar a aplicação ética, responsável e transparente desses recursos tecnológicos nos fluxos de trabalho.

2.2.1 Procedimentos de Seleção

A escolha de artigos científicos para composição da literatura e consequente revisão foi viabilizada mediante dois processos que ocorreram de forma simultânea: a busca ativa realizada em periódicos da área e em repositórios de trabalhos acadêmicos, como arXiv, Google Acadêmico e SciELO, por referências que tratam sobre o tema “ética jornalística no uso de IA”; e o monitoramento contínuo de recomendações feitas por meio dos sistemas algorítmicos de redes de pesquisadores, a exemplo de Academia.edu e ResearchGate, ou de plataformas de

mídia social, notadamente o LinkedIn, que tem sido utilizado de forma crescente por investigadores para fins de divulgação científica.

Como critérios de inclusão, estabeleceram-se: 1) Escopo, tendo “diretrizes para uso de IA no jornalismo” e “desafios éticos da IA Gen” como objetos principais, ou que sejam focados em tópicos correlatos estudados no campo da deontologia do jornalismo, como “códigos de conduta e ética jornalística”, “princípios editoriais” e “valores jornalísticos”; 2) Data de publicação, tendo o lançamento do ChatGPT, em novembro de 2022, como marco inicial, excetuando-se casos pontuais; e 3) Idioma, tendo sido escolhidos somente trabalhos que tenham sido escritos em português, inglês ou espanhol.

No caso das demais modalidades, mencionadas no tópico anterior — pesquisas qualitativas, relatórios técnicos e reportagens especializadas — constatou-se a necessidade de acompanhamento constante de atualizações por parte das fontes produtoras, mediante a inscrição em *newsletters* enviadas regularmente via *e-mail* por centros de pesquisa de referência internacional, a exemplo do Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ), da Universidade de Oxford, e do JournalismAI, da London School of Economics and Political Science (LSE), ambos do Reino Unido; e do AI, Media and Democracy Lab, da Universidade de Amsterdam (Países Baixos).

2.3 Análise Documental

Nesta pesquisa, a análise documental — de natureza qualitativa — teve uma condição ambivalente, pois foi utilizada tanto no eixo central da pesquisa, como método de coleta e interpretação de dados sobre o fenômeno estudado — implementação de diretrizes para o uso de IA —, quanto como técnica auxiliar do estudo de casos para a seleção de organizações a terem seus dispositivos de autorregulação verificados em profundidade.

A etapa inicial consistiu em um mapeamento de orientações editoriais já publicadas sobre a questão por veículos jornalísticos (os dados obtidos são apresentados no Capítulo 3 - tópico 3.2). O objetivo era obter respostas para as seguintes questões: 1) Qual seria a abrangência do *corpus* da pesquisa?; 2) Quais princípios editoriais poderiam ser convertidos em indicadores-chave de diretrizes

para o uso de IA?; e 3) Quais valores jornalísticos seriam estabelecidos como metas reputacionais?.

Entre os 62 regramentos selecionados para integrar o *corpus* da pesquisa, somente nove foram escritos em língua portuguesa. Os demais, publicados em outros idiomas, a exemplo do inglês, do alemão e do holandês, foram submetidos a um processo de tradução, no qual foram utilizadas as ferramentas ChatGPT, DeepL e Google Tradutor, visando promover o cruzamento de versões para que eventuais dúvidas quanto ao conteúdo traduzido pudessem ser dirimidas por completo.

Figura 2 - Nuvem de conceitos gerada pelo software ATLAS.ti após análise qualitativa de dados das 62 diretrizes para o uso de IA que integram o corpus (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Com a definição do *corpus*, procedeu-se com a pesquisa documental, por meio de análise de dados qualitativa com o auxílio do *software* ATLAS.ti. Um dos resultados pode ser observado na Figura 2, que traz uma nuvem de conceitos gerada pelo aplicativo. Verificou-se, por exemplo, que “responsabilidade” (53

menções), “transparência” (39), “supervisão” (38) e “confiança” (30) são alguns dos termos mais recorrentemente citados nesses documentos.

O respaldo conferido pelo mapeamento concedeu o indicativo necessário para a adoção de responsabilidade, supervisão e transparência como indicadores-chave de orientações sobre o uso de IA. É válido assinalar que estes conceitos são aqui tratados como princípios editoriais relacionados a procedimentos de gestão estratégica, a exemplo da definição de diretrizes para o uso de IA.

Já a confiança é tratada na condição de valor jornalístico que se configura como uma meta a ser atingida em termos de reputação por organizações envolvidas com o jornalismo, mediante a forma como o público assimila iniciativas, a exemplo da divulgação de decisões editoriais sobre as mudanças nos fluxos de trabalho induzidas pela adoção de um novo conjunto de ferramentas tecnológicas.

Figura 3 - Os indicadores-chave permitem a implementação de uma política de uso de IA alinhada a um sistema mais amplo, o de conformidade, com potencial para aprimorar a governança da organização, visando o cumprimento das metas reputacionais (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

Por meio da revisão de literatura, foram constatadas demandas por complementação em ambas as esferas: quanto às metas reputacionais, a confiança necessariamente deve ser acompanhada pela credibilidade, devido à estreita

relação entre ambas, por meio da qual se retroalimentam e se amparam mutuamente (Christofoletti, 2024). Já no campo dos indicadores-chave, estabeleceu-se a autonomia como uma condição a ser obrigatoriamente acrescentada, haja vista que uma das principais premissas de uma política de uso é a concessão de um foco específico sobre o uso de inteligência artificial, tratando-o de forma exclusiva, sem uma dependência direta em relação a outros códigos de conduta preexistentes para sua implementação.

Conforme é mostrado na Figura 3, a partir da definição dos indicadores-chave para diretrizes de uso de IA (Autonomia, Responsabilidade, Supervisão Humana e Transparência) e das metas reputacionais a serem alcançadas com esse dispositivo autorregulatório (Confiança e Credibilidade), concluiu-se que uma política dessa natureza seria estratégica para um sistema de conformidade do veículo jornalístico ou grupo de mídia interessado em fortalecer a própria governança.

2.3.1 Fontes e Dados

O processo de definição do *corpus* desta pesquisa teve como ponto de partida a compilação de dados provenientes de três artigos que versaram sobre o tema “diretrizes para o uso de IA no jornalismo” (pela ordem cronológica de publicação, Cools & Diakopoulos, 2023; Becker *et al.*, 2023; e de-Lima-Santos *et al.*, 2024) e que se consolidaram como as fontes primárias de referência para o mapeamento desta tese — os 29 veículos e 16 grupos extraídos desses trabalhos podem ser conferidos na Tabela 1.

Cools e Diakopoulos (2023) catalogaram, em julho de 2023, um total de 21 iniciativas jornalísticas que, naquele momento, já contavam com diretrizes para o uso de IA Gen em seus processos, em que pese o fato de o levantamento conter tanto casos de veículos quanto de entidades associativas que congregam profissionais ou empresas do setor.

Visando propor “diretrizes para a elaboração de diretrizes”, o trabalho dos pesquisadores ressalta os tópicos mais constantes nos documentos analisados (tradução nossa): Supervisão; Transparência; Usos Banidos x Permitidos; Prestação de Contas & Responsabilidade; Privacidade & Confidencialidade; Experimentação Cautelosa; Intenção Estratégica de Uso; Treinamento; Viés; e Adaptabilidade das Diretrizes. Em razão do recorte estabelecido para esta tese de doutorado,

destacamos as conclusões dos tópicos “Transparência” e “Prestação de Contas & Responsabilidade”.

No caso do primeiro, infere-se que “as menções à transparência estão frequentemente interligadas com a exigência de que o conteúdo seja rotulado de uma forma que seja compreensível para o público. No entanto, muitas vezes não está claro nas orientações como estas menções à transparência tomarão forma na prática” (Cools & Diakopoulos, 2023, tradução nossa).

Quanto ao segundo, é apontado que “a prestação de contas e a responsabilidade são frequentemente mencionadas nas diretrizes em relação ao conteúdo publicado, bem como valores, a exemplo de precisão, justiça, originalidade e transparência. A implementação de medidas de responsabilização pela utilização de dados e produtos de IA também é destacada, assim como a utilização de sistemas de IA tecnicamente robustos e seguros para minimizar os riscos” (Cools & Diakopoulos, 2023, tradução nossa).

Posteriormente, Becker *et al.* (2023) consolidaram uma amostragem mais ampla, selecionando 52 casos para análise. Entre outros pontos, reitera-se a influência decisiva do advento do ChatGPT para que organizações jornalísticas adotassem diretrizes específicas para o uso de IA nas redações. “É provável que o lançamento do ChatGPT em novembro de 2022 tenha impulsionado o desenvolvimento de diretrizes de IA na indústria de mídia: um total de 33 diretrizes com data de lançamento conhecida (87,88%) foram publicadas em 2023, mas apenas uma em 2021 (3,03%) e três em 2020 (9,09%)” (Becker *et al.*, 2023, p. 14, tradução nossa). Esta constatação corrobora os dados apresentados no Gráfico 1, na introdução desta tese.

Salienta-se que a pesquisa apontou uma ausência de clareza por parte da maioria dos veículos sobre os dispositivos de *accountability* a serem utilizados. Ao abordar os mecanismos de responsabilização – se as diretrizes da IA serão aplicadas e a conformidade controlada de alguma forma – os dados indicam que apenas 7,69% dos documentos mencionam explicitamente tais mecanismos, enquanto 92,31% não o fazem. “Além disso, as diretrizes carecem principalmente de detalhes sobre como a aplicação ocorrerá” (Becker *et al.*, 2023, p. 15, tradução nossa).

Tabela 1 - Veículos e grupos extraídos das fontes primárias de referência		
1. Cools & Diakopoulos, 2023 Diretrizes mapeadas: 21 Diretrizes selecionadas: 18	**2. Becker *et al.*, 2023**[40] Diretrizes mapeadas: 52 Diretrizes selecionadas: 20	**3. de-Lima-Santos *et al.*, 2024** Diretrizes mapeadas: 37 Diretrizes selecionadas: 7
● *Aftonbladet* ● *ANP* ● *Business Insider* ● *CBC* ● *De Volkskrant* ● *DPA* ● *Financial Times* ● *Heidi.news* ● *Hong Kong Free Press* ● *Les Echos-Le Parisien* ● *Mediahuis* ● *Núcleo* ● *Ringier* ● *STT* ● *The Guardian* ● *Thomson Reuters* ● *Verdens Gang (VG)* ● *Wired*	● *Bayerischer Rundfunk* ● *BBC* ● *Der Spiegel* ● *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ● *Helsingin Sanomat* ● *Ippen.Media* ● *Journalisten* ● *NPO* ● *NPR* ● *SRF* ● *Süddeutsche Zeitung* ● *Tamedia* ● *The Associated Press* ● *The Globe and Mail* ● *t-online* ● *TT Nyhetsbyran* ● *USA Today* ● *Web.de/GMX/1&1* ● *Yle*	● *Agência Tatu* ● *APA* ● *CNET* ● *CTK* ● *Deutsche Welle* ● *Rappler* ● *Stuff*
Total de diretrizes mapeadas: 45		
Fonte: elaborada pelo próprio autor		

Ao mesmo tempo, constatou-se que a transparência tem sido tratada de forma similar por esses empreendimentos. “Olhando para formas de lidar com a implantação da IA no processo jornalístico, 90,38% das organizações fazem referência à transparência – o fato de a utilização da IA ter de ser divulgada – em suas diretrizes de IA. Contudo, deve ser assinalado que 82,98% não especificam

[40] A versão original deste artigo foi disponibilizada em um repositório *online*, sem uma revisão por pares, em setembro de 2023. Uma versão atualizada e revisada por pares foi publicada em janeiro de 2025. As referências de ambas foram incluídas na bibliografia desta tese para fins de registro.

explicitamente como esta transparência deve ser comunicada (...)" (Becker *et al.*, 2023, p. 17, tradução nossa).

No total, 62 conjuntos de regras — publicadas por 42 veículos e 20 grupos de mídia de 17 países — foram selecionados de acordo com os seguintes critérios de inclusão previamente estabelecidos: 1) Formato: cada conjunto de diretrizes deve reunir as características necessárias para ser enquadrado em uma das quatro categorias propostas pela pesquisa (as quais são detalhadas na Seção 3); 2) Abrangência: as orientações devem se referir somente a um veículo jornalístico ou a um grupo de mídia; e 3) Disponibilidade: o acesso à íntegra do conteúdo deve ser livre, mesmo para não assinantes ou apoiadores. Alemanha (9), Brasil (9) e EUA (9) são os países que mais têm organizações representantes selecionadas. Completam a lista Suécia (5), França (4), Suíça (4), Canadá (3), Finlândia (3), Noruega (3), Países Baixos (3), Reino Unido (3), Bélgica (2), Áustria (1), China (1), Filipinas (1), Nova Zelândia (1) e Tchéquia (1).

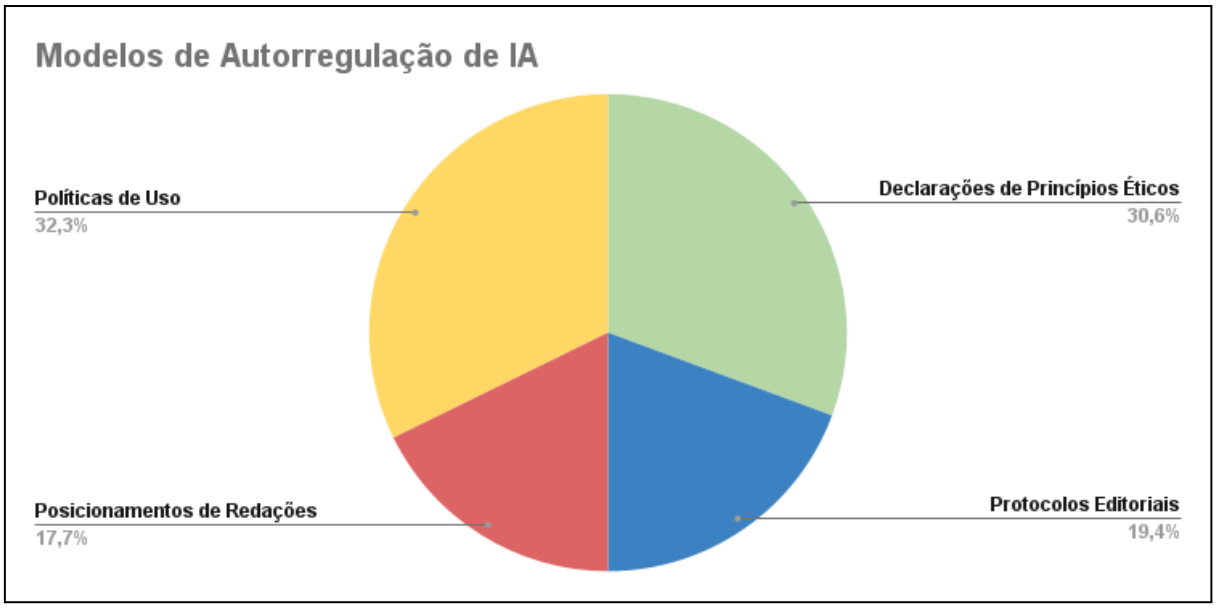


Gráfico 2 - Percentuais obtidos pelas categorias estipuladas, considerando o corpus analisado (Fonte: elaborado pelo próprio autor)

Os critérios de inclusão funcionaram como "filtros", devido ao fato de que os autores de referência trabalharam com recortes diferentes do que foi adotado nesta tese, pois incluíram casos diversos, de entidades associativas e de autorregulação da categoria (p.ex.: Conselho para a Mídia de Massa na Finlândia, citado por *Becker et al.*, 2023) a empresas da área de comunicação digital (p.ex.: Prodigioso Volcán,

da Espanha, citada por de-Lima-Santos *et al.*, 2024), que enunciaram seus próprios códigos para utilização de ferramentas de inteligência artificial generativa.

As outras 17 organizações (13 veículos e 4 grupos de mídia) que integram o *corpus* foram incluídas mediante o acompanhamento de noticiário especializado na indústria de mídia e das divulgações em sites e plataformas de mídias sociais das próprias organizações, que se posicionaram publicamente diante da IA Gen e suas possibilidades de aplicação nas redações. Essa complementação se mostrou necessária, haja vista que algumas dessas diretrizes não foram constatadas pelos pesquisadores nos respectivos períodos de levantamento de dados, enquanto outras foram adotadas somente após a publicação dos artigos. Com as inclusões, a amostra desta tese obteve maior amplitude. Foram encontrados os seguintes casos: *Aftenposten*, *Agence France-Presse* (AFP), *Agência Pública*, *Aktuell Hållbarhet*, *Aos Fatos*, *AzMina*, *Dagens Næringsliv*, *Folha de S.Paulo*, *Grupo Globo*, *Le Figaro*, *Le Monde*, *Meio*, *O Estado de S. Paulo*, *Public Broadcasting Service* (PBS), *Roularta Media Group*, *Sveriges Radio*, *The New York Times* e *WBUR*.

A cartografia exploratória constatou uma prevalência de políticas de uso e de declarações de princípios éticos (Gráfico 2). É possível atribuir essa realidade a uma tendência de consolidação oferecida por essas duas categorias. As declarações tendem a ser pouco alteradas ao longo do tempo em razão de serem ancoradas em princípios deontológicos fundamentais, enquanto que as políticas de uso, a categoria de maior adesão, têm na autonomia o seu principal eixo, o que viabiliza uma adaptabilidade maior às mudanças inerentes a uma tecnologia ainda em franco processo de desenvolvimento, como é o caso da IA Gen.

2.4 Estudo de Casos

Diante da amplitude do *corpus* da pesquisa (62 conjuntos de diretrizes) e da necessidade de categorizar essas orientações editoriais, entendeu-se que a adoção do estudo de caso como método de pesquisa poderia complementar o levantamento empreendido por meio de análise documental, dado que permite destacar o caso mais proeminente de cada categoria, ajudando a exemplificá-las.

Em princípio, o estudo de caso é um “método qualitativo que tem por objetivo, de maneira geral, analisar um caso em específico e a partir deste estabelecer similaridades e, consequentemente, uma generalização de determinado

fenômeno/acontecimento" (Oliveira, 2021). Ao mesmo tempo, na visão de Martins (2008):

> Trata-se de uma metodologia aplicada para avaliar ou descrever situações dinâmicas em que o elemento humano está presente. Busca-se apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto, mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado (Martins, 2008, p. 11)

Considerando as diferenças organizacionais existentes entre os veículos jornalísticos e grupos de mídia que tiveram as diretrizes de uso de IA selecionadas, optou-se pela realização de um estudo de casos múltiplos na modalidade não comparativa, dividido nas seguintes fases: 1) Seleção dos casos; 2) Coleta de dados; 3) Análise e interpretação dos dados; e 4) Relato dos casos (realizado na Seção 4 desta tese).

As quatro organizações escolhidas representam as categorias propostas para auxiliar no entendimento sobre o objeto desta tese de doutorado. A fim de representar as respectivas categorias nas quais suas diretrizes para o uso de IA foram enquadradas, todas atenderam aos critérios previamente estabelecidos, a saber: 1) Relevância no mercado de jornalismo; 2) Histórico em termos de manutenção de códigos de conduta; 3) Transparência editorial e documentação de atualizações em processos produtivos; e 4) Importância institucional concedida à IA.

Em princípio, havia a intenção de centrar esforços em casos envolvendo somente organizações jornalísticas brasileiras, especialmente devido a uma constatada carência de estudos que tratam dessa temática em âmbito nacional, algo compreensível pelo fato de este ainda ser um objeto emergente de pesquisa até mesmo em nível global. Esse panorama justifica a insuficiência de amostragem para preencher as quatro vagas disponíveis — uma para cada categoria proposta. Além desse aspecto, a necessidade de se obter parâmetros sobre as melhores práticas internacionais, visando reforçar o embasamento do estudo, induziu a uma mudança de rota que definiu a divisão equânime das vagas (duas para veículos nacionais e duas para estrangeiros).

Dessa forma, a agência de notícias *The Associated Press* (AP), dos EUA, e o conglomerado de mídia pública *British Broadcasting Corporation* (BBC), do Reino Unido, foram selecionados como amostras, pela ordem, das categorias

“Posicionamento da Redação” e “Protocolo Editorial”, enquanto que os brasileiros *Grupo Globo* e *O Estado de S. Paulo* (OESP, também conhecido como *Estadão*) assumiram a proeminência nas categorias “Declaração de Princípios Éticos” e “Política de Uso”, respectivamente. Os detalhes referentes aos casos são apresentados na Seção 4 (subtópicos 4.1.1 a 4.1.4).

Para a obtenção de informações sobre as diretrizes editoriais de uso de inteligência artificial propugnadas pelos veículos e grupos analisados, promoveu-se um levantamento de publicações referentes a entendimentos iniciais ou a orientações já consolidadas. Em seguida, verificou-se a existência de códigos de conduta postulados previamente pelas organizações com duas finalidades: 1) Compreender as conexões existentes entre as diretrizes de uso de IA e os códigos prévios; e 2) Atestar o nível de autonomia de cada conjunto de orientações específicas sobre o uso de ferramentas de IA no âmbito da organização, o que permitiu a classificação dessas diretrizes.

Esse processo foi viabilizado pela utilização da análise documental como técnica auxiliar do estudo de casos, o que permitiu a extração dos dados necessários para um entendimento holístico sobre as estruturas de autorregulação das quatro organizações utilizadas como parâmetros das categorias estipuladas. A imersão combinou a retrospectiva cronológica de códigos de conduta com uma necessária contextualização do estabelecimento das diretrizes específicas para o uso de IA em cada caso verificado. Ao mesmo tempo, ressalta-se que, mesmo tendo uma natureza não comparativa em razão das diferenças existentes entre os veículos e grupos, o estudo foi decisivo para justificar a adoção da tipologia como instrumento de análise ao evidenciar a existência de características que diferenciam as categorias propostas.

SEÇÃO 3

ANÁLISE DOCUMENTAL

A contextualização do uso de inteligência artificial no jornalismo, por meio de uma concisa retrospectiva histórica, é um precedente necessário para se compreender a dimensão do ponto de virada representado pelo advento da inteligência artificial generativa e de suas consequências para as indústrias criativas, com foco no jornalismo.

Os principais desdobramentos da IA Gen estão relacionados aos desafios éticos impostos pela aplicação das ferramentas que a tem como base de operacionalização, os quais motivaram a implementação de diretrizes específicas de uso, de forma integrada ou autônoma em relação a códigos deontológicos previamente adotados pelas organizações jornalísticas que compõem o *corpus* da pesquisa, mais exatamente da fase de análise documental, objeto desta seção.

O detalhamento dessa etapa do estudo procurou salientar aspectos relevantes das orientações editoriais, ao mesmo tempo em que são delineadas as categorias de análise propostas, diferenciando os regramentos por abrangência, estrutura e forma de divulgação.

3.1 Breve Histórico da IA no Jornalismo

O uso de inteligência artificial (IA) em processos de produção jornalística é uma realidade desde o início dos anos 2010, inicialmente em caráter experimental. Pesquisadores como Araújo (2017), Squirra e Carreira (2018), Lassi (2022), Zandomênico (2022), Ioscote (2023) e Ufarte-Ruiz *et al.* (2023) registraram algumas das etapas da trajetória evolutiva desse conjunto de práticas, marcado pela interseção entre jornalismo e tecnologia de dados (Araújo, 2017, p. 178). Conforme a preferência de nomenclatura de cada autor, é possível encontrar uma variedade de termos para definir essa modalidade, sendo “automatizado”, “algorítmico” e “computacional” os mais frequentemente utilizados.

Segundo Zandomênico (2022, p. 30), “a empresa americana Narrative Science é responsável pelo licenciamento, em 2010, do primeiro programa de jornalismo automatizado”. Denominado Stats Monkey, era voltado à narração de partidas de beisebol. No mesmo ano, o jornal *The Guardian* também passou a veicular parte de seu noticiário esportivo por meio de IA. Em 2014, o *Los Angeles*

Times se destacou ao utilizar um robô (*Quakebot*) para noticiar[41] a ocorrência de um terremoto em 17 de março daquele ano, apenas três minutos após o acontecimento. A notícia traz em sua conclusão o seguinte aviso: “Esta informação vem do Serviço de Notificação de Terremotos do USGS [*United States Geological Survey*] e esta postagem foi criada por um algoritmo escrito pelo autor” (tradução nossa).

Tradicionalmente vinculadas a transformações tecnológicas nos processos de trabalho jornalístico (González Clavero, 2016), as agências de notícias - a exemplo de *The Associated Press* (AP), *France Presse* (AFP) e *Reuters* - também são indutoras relevantes da progressiva automação do jornalismo que se observa na contemporaneidade. No caso da IA, a extensão e profundidade do envolvimento das agências e também de veículos pode ser dimensionada por iniciativas de colaboração estratégica como o AIJO Project[42] (referente à abreviatura da junção de AI - sigla em inglês para “inteligência artificial” - e Jornalismo), uma parceria entre oito organizações de mídia: *Thomson Reuters* (Canadá), *AFP* (França), *Nice-Matin* (França), *Nikkei* (Japão), *Schibsted* (Noruega), *Reach PLC* (Reino Unido), *La Nación* (Argentina) e *Deutsche Welle* (Alemanha). O grupo é coordenado pelo Polis, *think tank* de jornalismo mantido pela London School of Economics and Political Science (LSE) com o apoio da Google News Initiative e responsável pelo projeto JournalismAI[43]. O esforço conjunto permitiu a realização de estudos sobre soluções de IA para rastrear vieses e estereótipos em conteúdos jornalísticos (AFP, 2020).

Com o lançamento e uso massivo de ferramentas para geração de conteúdo sintético, como ChatGPT, DALL-E e Stable Diffusion, criou-se entre o final de 2022 e o início de 2023 um novo contexto de disrupção tecnológica (Díaz-Noci, 2023), no qual “as empresas de mídia encaram a difícil tarefa de navegar entre as possibilidades e limitações da IA generativa enquanto mantêm suas posições no mercado e preservam padrões de qualidade jornalística” (Kieslich *et al.*, 2024).

Segundo Shi & Sun (2024), atualmente, “os desafios éticos e o apelo à defesa do profissionalismo jornalístico e dos seus valores fundamentais” compõem uma das três principais linhas de pesquisa sobre a IA Gen no jornalismo, juntamente com a comparação entre as modalidades de produção jornalística tradicional e auxiliada

---

[41] Disponível em: <https://www.latimes.com/local/lanow/earthquake-27-quake-strikes-near-westwood-california-rdivor-story.html>.
[42] Disponível em: <https://www.aijoproject.com/>.
[43] Disponível em: <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/polis/JournalismAI>.

por IA; e com o uso de IA Gen no jornalismo em locais específicos (países ou regiões).

Canavilhas (2023, p. 153) lembra que, ao longo do tempo, “o jornalismo tem acompanhado a evolução tecnológica, procurando tirar partido das novidades que aparecem no mercado”. Referindo-se ao impacto provocado pela inteligência artificial, o pesquisador aponta que mesmo os algoritmos não tendo sido desenvolvidos para a atividade jornalística, têm adquirido posição de destaque no setor.

Para Guess (2024), o atual panorama tem na IA generativa “um dilema interessante para uma indústria que sofre declínio econômico. A tecnologia pode ajudar a produzir transcrições, editar textos, narrar pacotes de áudio ou televisão e criar imagens. [...] Mas também apresenta um risco em termos de violações de direitos autorais e plágio, além de possíveis erros factuais” (tradução nossa). Por tudo isso, a transparência e a responsabilidade (*accountability*) se tornaram fatores ainda mais decisivos para a preservação de dois dos principais ativos de qualquer empreendimento: a credibilidade institucional e a confiança junto ao público. Conforme Veiga (2023):

> Esta nova era exige que as redações desenvolvam padrões novos e claros sobre como os jornalistas usarão — ou não — a IA para reportar, escrever e divulgar as notícias. As redações precisam agir de forma rápida, mas deliberada, para criar esses padrões e torná-los facilmente acessíveis ao seu público. Estas medidas são importantes para manter a confiança dos consumidores de notícias e garantir a responsabilização da imprensa (Veiga, 2023, tradução nossa).

De acordo com Heath & Fischer (2023), “a chegada repentina de ferramentas de IA generativa disponibilizadas ao público e também comercialmente forçou um novo conjunto de escolhas éticas às empresas de mídia, que lutam para proteger a credibilidade junto ao público, ao mesmo tempo em que experimentam a tecnologia e preservam os seus direitos legais” (tradução nossa). A análise do atual cenário contempla ainda a tendência de normatização interna dos fluxos de trabalho das redações para consolidar um balizamento das práticas envolvendo recursos como geradores de textos e imagens. “As principais organizações de mídia têm emitido orientações sobre como aproveitar a inteligência artificial nas redações, ao mesmo tempo que fazem acordos de licenciamento para permitir que empresas utilizem o seu conteúdo para treinar modelos de IA” (Heath & Fischer, 2023, tradução nossa).

3.2 Implementação de Diretrizes

A formação do *corpus* necessário para a realização da análise documental teve como ponto de partida o mapeamento de diretrizes específicas para o uso de inteligência artificial no jornalismo (conforme detalhado no subtópico 2.3.1). Uma leitura sistemática desses conjuntos de orientações sugere que a implementação de regramentos visando estabelecer parâmetros explícitos para o emprego de recursos automatizados tornou-se uma tendência de autorregulação, levada a cabo pelas organizações como forma de proteger suas reputações ante os inerentes riscos de uma tecnologia emergente, ainda que o seu uso seja inicialmente em caráter experimental e, portanto, mais passível de cometimento de erros.

Para Díaz-Campo e Chaparro-Domínguez (2020), “a autorregulação assume a forma de uma série de mecanismos que procuram tornar efetivas essas recomendações” (p. 16, tradução nossa). São destacados como exemplos pelos pesquisadores os códigos de ética, os conselhos de imprensa, os guias de estilo — ou manuais de redação — e a figura do defensor do público (também conhecido no meio jornalístico pelo termo *ombudsman*), entre outros.

No caso dos regramentos sobre IA Gen, Caswell (2023) constata que “muitas redações foram além [do aprendizado sobre IA], fornecendo aos seus funcionários e ao público declarações ou diretrizes descrevendo como pretendiam abordar o uso da IA generativa em seus fluxos de trabalho e produtos noticiosos” (tradução nossa). Como um parâmetro do teor predominante da autorregulação concernente à IA Gen, é possível utilizar o princípio basilar das diretrizes da agência de notícias ANP (sigla em holandês para “Agência Geral de Imprensa Holandesa”), uma das que foram classificadas na categoria “Protocolo Editorial”:

> Continuamos a inovar com base no princípio da “experimentação cautelosa”. Queremos buscar ativamente e com a mente aberta inovações e processos de trabalho eficientes, mas não somos imprudentes ao fazê-lo. As inovações editoriais nas produções jornalísticas de responsabilidade do editor-chefe somente serão apresentadas ao público se atenderem aos princípios deste documento e aos requisitos de qualidade aplicáveis no âmbito da redação da ANP (ANP, 2023).

A partir das razões alegadas por gestores de veículos para justificar a adoção de ferramentas de IA, Simon (2024) destaca o potencial para gerar aumento de

eficiência como o “motivador central”, indicando como exemplos bem sucedidos os *paywalls* dinâmicos, as transcrições automatizadas e as ferramentas de análise de dados para a produção de notícias. Contudo, ainda há obstáculos consideráveis a serem superados, pois os ganhos de eficiência acabam sendo limitados devido a fatores como a falta de confiabilidade dos resultados da IA, preocupação com danos à reputação decorrentes de imprecisões e a dificuldade de se automatizar determinadas tarefas.

> Refletindo sobre até que ponto a IA tem impactado as organizações noticiosas, defendo que se apresenta uma racionalização adicional do trabalho noticioso através da IA, uma vez que os processos de trabalho que tradicionalmente dependiam da intuição humana estão cada vez mais impregnados ou substituídos por uma tecnologia que está imbuída de ideias de racionalidade, eficiência e rapidez — e isso proporciona, de fato, maior eficiência e eficácia em alguns contextos. No entanto, os efeitos da IA nas notícias estão sujeitos a fatores contextuais, incluindo normas profissionais, resistência dos jornalistas, regulamentos, preferências do público e infraestruturas tecnológicas existentes, todos a atuar como constrangimentos (Simon, 2024, tradução nossa).

Diretrizes dessa natureza são permeadas especialmente pela ideia de oferecer transparência, diretamente associada por Christofoletti *et al.* (2021) a “práticas de acompanhamento e controle, de gestão e padronização de condutas. Mas [a transparência] depende muito também de instrumentos que deem publicidade às ações nem sempre percebidas pelas populações ou grupos interessados” (p. 92).

Nesse sentido, Cools e Diakopoulos (2023) questionam, de forma geral, as diretrizes de uso de IA pesquisadas no levantamento que conduziram. “As menções à transparência estão frequentemente interligadas com a exigência de que o conteúdo seja rotulado de uma forma que seja compreensível para o público. No entanto, muitas vezes não está claro nas orientações como estas menções à transparência tomarão forma na prática” (tradução nossa).

Essa semelhança constatada entre as diretrizes mapeadas é uma decorrência do processo de tomada de decisão no campo da gestão de mídia, que passa por meandros organizacionais, mas também é influenciado por dados obtidos por meio de observações dos movimentos das empresas que compõem esse setor de atividade. Por isso, cada vez que uma organização toma a iniciativa de, ao menos, estudar possíveis usos de novos recursos para os seus fluxos produtivos, outras acabam definindo as suas próprias rotas, normalmente adotando aquelas que

são pioneiras como referências, gerando um efeito caracterizado por de-Lima-Santos *et al.* (2024) como um “isomorfismo institucional”.

3.2.1 Guias e Declarações

De forma complementar às diretrizes implementadas por veículos jornalísticos e grupos de mídia, o mapeamento empreendido também detectou uma tendência simultânea correndo em paralelo, relacionada ao lançamento de guias por parte de organismos multilaterais e de declarações de princípios sobre o uso de IA Gen defendidos por coalizões que têm veículos jornalísticos, grupos de mídia e/ou entidades representativas do setor como integrantes.

Um ano antes do lançamento do ChatGPT, em novembro de 2021, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) já entendia como necessária a aprovação de um manual de referência sobre as possíveis implicações do uso de IA nos mais diversos setores. Dessa forma, lançou no ano seguinte a *Recomendação sobre a Ética da Inteligência Artificial*, a qual define a ética da IA:

> [...] como uma reflexão normativa sistemática, com base em um marco holístico, abrangente, multicultural e em evolução de valores, princípios e ações interdependentes que podem orientar as sociedades para que lidem de forma responsável com os impactos conhecidos e desconhecidos das tecnologias de IA sobre seres humanos, sociedades, meio ambiente e ecossistemas, oferecendo-lhes uma base para aceitar ou rejeitar essas tecnologias. Ela considera a ética como uma base dinâmica para a avaliação e a orientação normativa das tecnologias de IA, fazendo referência à dignidade humana, ao bem-estar e à prevenção de danos – como uma bússola e tendo como fundamento a ética da ciência e da tecnologia (Unesco, 2022, p. 10).

Após o marco inicial da IA Gen em larga escala, o interesse da Unesco pelo tema se intensificou, tendo como primeiro resultado a publicação[44] intitulada *Reportagem sobre inteligência artificial: um manual para educadores de jornalismo*, com foco na responsabilidade do jornalismo de manter um rigor crítico quanto aos reflexos da IA sobre os mais diversos campos, defendendo que a inteligência artificial seja submetida a uma governança sob padrões de transparência e

[44] Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384551>.

responsabilidade (*accountability*). Ao mesmo tempo, recomenda que a mesma postura seja mantida em relação aos processos internos de trabalho dos veículos:

> Os jornalistas podem aplicar de forma proveitosa a mesma mentalidade crítica à integração de sistemas de IA nos seus próprios locais de trabalho e práticas de redação. E, claro, como noutros campos, para todas as histórias que abordam a IA, a transparência também é uma obrigação quando os jornalistas ou os seus resultados são patrocinados de uma forma ou de outra (Unesco, 2023, p. 11, tradução nossa).

Posteriormente, o organismo internacional incluiu em sua série anual de publicações *Tendências Mundiais em Liberdade de Expressão e Desenvolvimento da Mídia*[45] o relatório *IA e o futuro do jornalismo: um resumo de questões para as partes interessadas*, publicado em 2024. Assinado pela jornalista Anya Schiffrin, professora e pesquisadora da Universidade de Columbia (EUA), o documento faz um alerta sobre a intensa dinâmica evolutiva da tecnologia, que tende a não ser acompanhada por políticas que sejam estanques:

> Os desenvolvimentos em Inteligência Artificial (IA) e IA Generativa estão mudando constantemente. Governos, educadores e o público lutam para acompanhar. Projetar políticas que não fiquem desatualizadas parece quase impossível. A IA Generativa pode transformar (ou até mesmo destruir) o jornalismo como o conhecemos, então a comunidade jornalística tem se concentrado totalmente em muitos aspectos desse fenômeno (Schiffrin, 2024, p. 3, tradução nossa).

Publicada em agosto de 2023, a carta aberta[46] *Preservando a confiança do público na mídia por meio de regulamentação e práticas unificadas de IA* (tradução nossa) deu ênfase aos riscos do uso de ferramentas automatizadas sem um marco regulatório global:

> Acreditamos que a inteligência artificial (IA) e os modelos generativos têm o potencial de proporcionar benefícios significativos à humanidade; no entanto, se não forem controladas, também acreditamos que estas tecnologias podem ameaçar a sustentabilidade do ecossistema midiático como um todo, minando significativamente a confiança do público na independência e qualidade dos conteúdos e ameaçando a viabilidade financeira dos seus criadores (AFP, 2023, tradução nossa).

---

[45] Disponível em: <https://www.unesco.org/en/world-media-trends>.
[46] Disponível em: <https://www.afp.com/en/agency/inside-afp/press-release/afp-and-other-leading-media-organizations-call-global-ai-policy>.

As organizações que subscrevem o manifesto reiteram o apoio ao “avanço e implementação responsáveis da tecnologia de IA generativa”, ao mesmo tempo em que defendem a criação de um arcabouço legal específico para garantia de proteção do conteúdo que abastece os recursos de IA, visando preservar a credibilidade da mídia junto ao público. Além da AP, assinam a carta: *Agence France-Presse (AFP)*, *European Pressphoto Agency*, *European Publishers’ Council*, *Gannett | USA Today Network*, *Getty Images*, *National Press Photographers Association*, *National Writers Union*, *News/Media Alliance* e *The Authors Guild*.

Outra importante manifestação gerou os *Princípios Globais sobre Inteligência Artificial (IA)*[47], divulgados em setembro de 2023 e tendo como signatárias 31 organizações dos setores editorial e jornalístico, entre as quais a brasileira Associação Nacional de Jornais (ANJ). A aliança visa “orientar o desenvolvimento, a implementação e a regulamentação de sistemas e aplicativos de IA confiáveis, e garantir que o impacto da tecnologia no setor caminhe junto de uma estrutura ética e responsável, sem abrir mão da inovação” (O Globo, 2023).

Os princípios contidos no documento, explicitamente direcionados aos desenvolvedores de sistemas de IA, dividem-se nos seguintes eixos: Propriedade Intelectual, Transparência, Responsabilidade, Qualidade e Integridade, Equidade, Segurança, Design e Desenvolvimento Sustentável. Sobre a questão da transparência, os *Princípios Globais* defendem, entre outros pontos, que o público deve ser informado sobre como esses sistemas funcionam, a fim de que seja possível avaliar sua qualidade e confiabilidade. Quanto à esfera da responsabilidade (*accountability*), pontuam que “"provedores e implantadores de sistemas de IA devem cooperar para garantir a responsabilização pelos resultados do sistema" (tradução nossa).

Por fim, vale destacar a *Carta de Paris sobre IA e Jornalismo*[48], uma iniciativa da organização não governamental *Repórteres sem Fronteiras* (RSF) em parceria com outras dez entidades. Divulgada em novembro de 2023, foi elaborada por uma comissão presidida pela jornalista filipina Maria Ressa, vencedora do Prêmio Nobel da Paz em 2021 e fundadora do *site* de notícias *Rappler* (um dos veículos que integram o *corpus* desta pesquisa).

---

[47] Disponível em: <https://www.newsmediaalliance.org/global-principles-on-artificial-intelligence-ai/>.
[48] Disponível em: <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>.

O conjunto de dez princípios versa sobre diferentes aspectos relacionados ao uso de IA, tendo a ética e a supervisão humana como destaques iniciais. O primeiro princípio atesta que “o uso e o desenvolvimento de sistemas de IA no jornalismo devem manter os valores fundamentais da ética jornalística, incluindo veracidade e precisão, justiça, imparcialidade, independência, não causar danos, não discriminação, responsabilidade, respeito à privacidade e à confidencialidade das fontes” (tradução nossa). Já o segundo assinala a centralidade do ser humano no processo de tomada de decisões tanto para estratégias de longo prazo quanto no que se refere às escolhas editoriais diárias:

> O uso de sistemas de IA deve ser uma decisão deliberada e bem informada feita por humanos. As equipes editoriais devem definir claramente as metas, o escopo e as condições de uso para cada sistema de IA. Elas devem garantir uma supervisão transversal e contínua dos impactos dos sistemas de IA implantados, garantir sua estrita conformidade com sua estrutura de uso e manter a capacidade de desativá-los a qualquer momento (Repórteres sem Fronteiras, 2023, tradução nossa).

Responsabilidade e transparência também são conceitos mencionados na carta, sendo tratados no quarto e no quinto princípios, respectivamente. O documento preconiza que “as responsabilidades vinculadas ao uso de sistemas de IA devem ser antecipadas, delineadas e atribuídas a humanos para garantir a adesão à ética jornalística e às diretrizes editoriais” (tradução nossa). Ao mesmo tempo, pontua que “qualquer uso de IA que tenha um impacto significativo na produção ou distribuição de conteúdo jornalístico deve ser claramente divulgado e comunicado”, mantendo-se “um registro público dos sistemas de IA utilizados, detalhando seus propósitos, escopos e condições de uso” (tradução nossa).

3.3 Categorização das Diretrizes

O estabelecimento de categorias de classificação permitiu identificar os diferentes tipos de diretrizes de IA mapeadas, sejam estas de âmbito mais amplo, abarcando quaisquer modalidades de inteligência artificial, ou somente com foco específico nas ferramentas baseadas em IA Gen, respondendo portanto ao emergente paradigma tecnológico aplicado aos processos produtivos.

Os dois conceitos fundamentais para diferenciar os regramentos são abrangência e autonomia. No espectro apresentado no Gráfico 3, evidencia-se a

proporcionalidade direta entre os dois eixos. Em síntese, quanto maior a abrangência das diretrizes, mais elevado também é o nível de autonomia destas no contexto da organização.

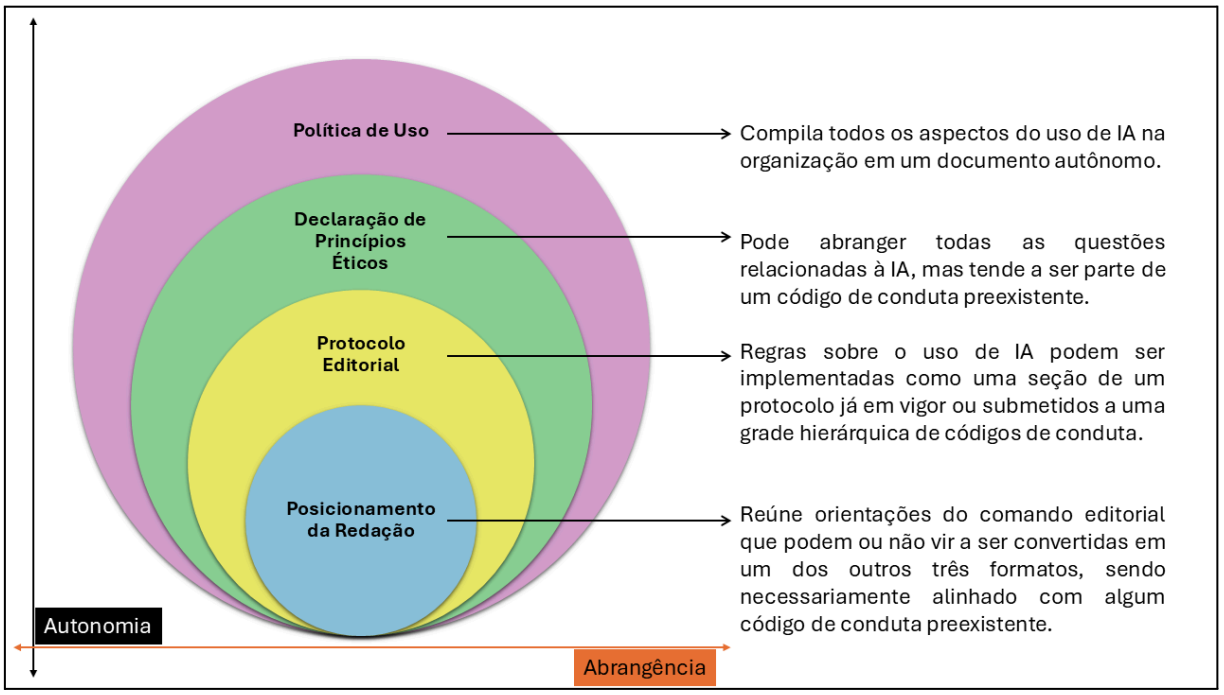


Gráfico 3 - Escala com eixos de abrangência e autonomia distingue as dimensões das categorias de diretrizes para o uso de IA no jornalismo (Fonte: elaborado pelo próprio autor)

Nos tópicos a seguir, além da cronologia de atualizações, alguns destaques das diretrizes são assinalados para fins de registro das principais características que motivaram os seus respectivos enquadramentos na tipologia proposta, com ênfase naquelas que são tratadas no estudo de casos apresentado na Seção 4 desta tese.

3.3.1 Posicionamento da Redação

Normalmente representadas por suas lideranças em comunicados institucionais, as redações jornalísticas podem apresentar um entendimento preliminar sobre um determinado tema envolvendo, por exemplo, considerações sobre o impacto presumido a respeito de mudanças em seus fluxos de trabalho devido à adoção de uma nova tecnologia, como é o caso da IA Gen. A Tabela 2 traz a relação de veículos e grupos de mídia que optaram por este formato para lançarem as bases de uma autorregulação sobre o uso de IA:

Tabela 2 - Posicionamentos de Redações				
Veículo/Grupo	**Tipo**	**País**	**Data de publicação**	**Atualização**
Business Insider	Nativo Digital	EUA	13/4/2023	N/A
Canadian Broadcasting Corporation (CBC)	Grupo de Mídia	Canadá	12/6/2023	N/A
Der Spiegel	Grupo de Mídia	Alemanha	12/6/2023	N/A
Deutsche Presse Agentur (DPA)	Agência de Notícias	Alemanha	3/4/2023	N/A
Deutsche Welle (DW)	Grupo de Mídia	Alemanha	19/9/2023	N/A
Financial Times (FT)	Jornal	Reino Unido	26/5/2023	N/A
Helsingin Sanomat (HS)	Jornal	Finlândia	6/11/2023	N/A
Stuff	Grupo de Mídia	Nova Zelândia	19/6/2023	N/A
Süddeutsche Zeitung (SZ)	Jornal	Alemanha	16/6/2023	N/A
Tamedia	Grupo de Mídia	Suíça	3/1/2024	27/6/2024
The Associated Press (AP)*	Agência de Notícias	EUA	15/8/2023	8/5/2024
***Escolhida como representante da categoria no estudo de casos.**				
Fonte: elaborada pelo próprio autor				

De editoriais a postagens em *blogs* institucionais de transparência editorial, essas manifestações, necessariamente subordinadas a algum código deontológico previamente estabelecido, funcionam como um ponto de partida e podem estar sujeitas a atualizações complementares ao longo do tempo para fins de adequação a diferentes demandas. Ressalte-se que a probabilidade de conversão futura desse

posicionamento em uma publicação consolidada — seja esta um protocolo editorial, uma declaração de princípios éticos ou uma política de uso — é considerável.

Os dados do mapeamento revelam, entre outros aspectos, a proximidade das datas de publicação desses entendimentos preliminares sobre a IA Gen e suas implicações na produção de conteúdo jornalístico. Excetuando-se o grupo de mídia suíço *Tamedia*, todos os demais foram publicados ao longo de 2023, sendo que a maioria (sete) em um período de apenas três meses (abril a junho). Também chama a atenção o fato de que, além do *Tamedia*, apenas a agência *The Associated Press* (AP) promoveu atualizações em relação ao posicionamento original.

É importante salientar que não foram encontrados registros dessas organizações relacionados a documentos específicos sobre o uso de IA elaborados em decorrência desses posicionamentos, haja vista que, de acordo com a metodologia estabelecida para esta pesquisa, tal confirmação — que implicaria uma nova categorização — seria possível somente por meio de divulgações feitas pelos veículos e grupos mapeados em meios institucionais de transparência editorial.

3.3.2 Protocolo Editorial

Os protocolos editoriais resultam de discussões internas aprofundadas e representam avanços significativos em termos de normatização dos processos de trabalho. Assim como os posicionamentos de redações, podem ser divulgados por meio de uma liderança editorial, mas com a diferença de que não ficam atrelados a esta, estabelecendo-se como referências institucionais de conduta.

Os veículos e grupos que criaram novos protocolos ou optaram por atualizar os seus já existentes, inserindo tópicos específicos sobre a inteligência artificial, podem ser conferidos na Tabela 3.

Assim como ocorreu na categoria “Posicionamento de Redação”, houve uma concentração intensa de publicações no ano de 2023, também no período de abril a junho (sete casos). A *Folha de S.Paulo* foi a única exceção, tendo atualizado o seu *Manual de Redação* somente em 2024, quando a publicação completou 40 anos de seu lançamento.

Tabela 3 - Protocolos Editoriais				
Veículo/Grupo	**Tipo**	**País**	**Data de publicação**	**Atualização**
Algemeen Nederlands Persbureau (ANP)	Agência de Notícias	Países Baixos	Março/Abril de 2023	N/A
*British Broadcasting Corporation (BBC)**	Grupo de Mídia	Reino Unido	5/10/2023	28/2/2024
Česká tisková kancelář (ČTK)	Agência de Notícias	Tchéquia	24/4/2023	N/A
Dagens Næringsliv (DN)	Jornal	Noruega	27/6/2023	25/10/2023
De Volkskrant	Jornal	Países Baixos	1/5/2023	N/A
Folha de S.Paulo	Jornal	Brasil	26/3/2024	N/A
Le Figaro	Jornal	França	12/12/2023	N/A
Les Echos - Le Parisien	Grupo de Mídia	França	24/5/2023	N/A
Roularta Media Group (RMG)	Grupo de Mídia	Bélgica	N/A	N/A
Suomen Tietotoimisto (STT)	Agência de Notícias	Finlândia	22/6/2023	N/A
The Globe and Mail	Jornal	Canadá	14/6/2023	15/6/2023
Web.de/GMX/1&1	Nativo Digital	Alemanha	11/7/2023	N/A
***Escolhida como representante da categoria no estudo de casos.**				
Fonte: elaborada pelo próprio autor				

Outra similaridade com a primeira categoria é a reduzida incidência de atualizações. Somente três organizações — *BBC*, *DN* e *The Globe and Mail* — revisaram os seus regramentos, com a ressalva de que a primeira teve um processo autorregulatório com mudança de categoria (de posicionamento da redação para protocolo editorial).

3.3.3 Declaração de Princípios Éticos

As declarações de princípios éticos são eminentemente organizacionais, incorporando mais explicitamente aos regramentos valores já defendidos pelas empresas, sendo portanto razoavelmente consolidadas e menos sujeitas a reformulações. O mapeamento (Tabela 4) constatou uma diversidade ampla de casos. Em comum com a categoria Protocolo Editorial, a tendência de encarar a inteligência artificial (em especial, a vertente generativa) como um tópico a ser inserido em um conjunto preexistente de diretrizes.

Tabela 4 - Declarações de Princípios Éticos

Veículo/Grupo	**Tipo**	**País**	**Data de publicação**	**Atualização**
Aftenposten	Jornal	Noruega	26/9/2023	N/A
Agence France-Presse (AFP)	Agência de Notícias	França	18/9/2023	N/A
Bayerischer Rundfunk (BR)	Grupo de Mídia	Alemanha	30/11/2020	12/7/2024
Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)	Jornal	Alemanha	N/A	N/A
*Grupo Globo**	Grupo de Mídia	Brasil	27/6/2024	N/A
Heidi.news	Nativo Digital	Suíça	8/4/2023	11/4/2023
Hong Kong Free Press (HKFP)	Nativo Digital	China	17/10/2023	N/A
Ippen.Media	Grupo de Mídia	Alemanha	4/9/2023	25/6/2024
Le Monde	Grupo de Mídia	França	13/3/2024	N/A
Mediahuis	Grupo de Mídia	Bélgica	14/6/2023	N/A
National Public Radio (NPR)	Rádio	EUA	N/A	N/A
Nederlandse Publieke Omroep (NPO)	Grupo de Mìdia	Países Baixos	27/5/2024	N/A
Ringier	Grupo de Mídia	Suíça	30/5/2023	N/A

Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)	Grupo de Mídia	Suíça	9/2/2024	N/A
The Guardian	Jornal	Reino Unido	16/6/2023	N/A
The New York Times (NYT)	Jornal	EUA	9/5/2024	N/A
Thomson Reuters	Grupo de Mídia	Canadá	N/A	N/A
USA Today	Jornal	EUA	27/4/2023	4/12/2023
Yle	Grupo de Mídia	Finlândia	N/A	N/A
***Escolhido como representante da categoria no estudo de casos.**				
Fonte: elaborada pelo próprio autor				

Também nesta categoria evidencia-se um baixo número de atualizações realizadas: apenas quatro organizações fizeram algum tipo de ajuste em suas declarações. Uma possível interpretação para esse engessamento é a manutenção de uma cautela diante das constantes mudanças pelas quais a IA Gen ainda tende a passar ao longo do tempo, com reais possibilidades futuras de aprofundamento dos impactos sobre o fazer jornalístico.

De todos os 62 conjuntos de diretrizes analisados, o modelo adotado pela SRF (sigla em alemão para “Rádio e Televisão Suíça”) — organização pertencente ao conglomerado de mídia pública Sociedade Suíça de Radiodifusão e Televisão —, se notabiliza por uma peculiaridade com potencial suficiente para se tornar uma referência para todas as demais organizações jornalísticas: um anexo às diretrizes com instruções específicas de ação para cada possível contexto de uso de inteligência artificial, sendo que estas são “continuamente revisadas devido ao desenvolvimento dinâmico da IA. Portanto, as instruções de ação funcionam de duas maneiras: como diretrizes obrigatórias e como um manual de referência atualizado sobre a temática da IA” (SRF, 2024, tradução nossa).

3.3.4 Política de Uso

As políticas de uso possuem um *status* autônomo em relação a outros documentos institucionais e, obrigatoriamente, representam uma organização de

forma impessoal, não sendo vinculadas a ocupantes de cargos de gestão. Contam com uma estrutura dividida em tópicos relevantes, incluindo diretrizes gerais (princípios de conduta) e específicas (orientações técnicas), além de informações complementares, a exemplo das atribuições de uma comissão de profissionais encarregados de elaborar, revisar e atualizar as diretrizes, com ou sem uma periodicidade fixa. As organizações mapeadas podem ser conferidas na Tabela 5.

Tabela 5 - Políticas de Uso

Veículo/Grupo	**Tipo**	**País**	**Data de publicação**	**Atualização**
Aftonbladet	Jornal	Suécia	5/4/2023	30/8/2024
Agência Pública	Nativo Digital	Brasil	26/10/2023	N/A
Agência Tatu	Nativo Digital	Brasil	11/10/2023	N/A
Aktuell Hållbarhet	Revista	Suécia	N/A	N/A
Aos Fatos	Nativo Digital	Brasil	7/7/2024	17/7/2024
Austria Presse Agentur (APA)	Agência de Notícias	Áustria	7/2023	N/A
AzMina	Nativo Digital	Brasil	14/12/2023	N/A
CNET	Nativo Digital	EUA	6/2023	7/2024
Journalisten	Grupo de Mídia	Suécia	5/2023	N/A
Meio	Nativo Digital	Brasil	19/6/2024	N/A
Núcleo	Nativo Digital	Brasil	18/5/2023	7/10/2024
*O Estado de S. Paulo (OESP)**	Grupo de Mídia	Brasil	22/11/2023	23/11/2023
Public Broadcasting Service (PBS)	Televisão	EUA	29/9/2023	N/A
Rappler	Nativo Digital	Filipinas	12/9/2023	N/A
Sveriges Radio	Rádio	Suécia	6/7/2023	N/A
t-online	Nativo Digital	Alemanha	6/7/2023	N/A

TT Nyhetsbyran	Agência de Notícias	Suécia	N/A	N/A
Verdens Gang (VG)	Jornal	Noruega	12/4/2023	N/A
WBUR	Rádio	EUA	8/5/2024	N/A
Wired	Revista	EUA	17/3/2023	22/5/2023
***Escolhido como representante da categoria no estudo de casos.**				
Fonte: elaborada pelo próprio autor				

O predomínio — ainda que este seja praticamente dividido com as Declarações de Princípios Éticos em termos quantitativos — das políticas de uso de inteligência artificial não apenas confirma a tendência de este ser um dos formatos mais adequados para se lidar com um paradigma tecnológico ainda em desenvolvimento, como também atesta a emancipação da IA no contexto das redações contemporâneas, sendo considerada como um tema que deve ser tratado de forma exclusiva, dadas a sua relevância e as suas especificidades técnicas.

Mesmo esta sendo a categoria com o maior número de diretrizes que foram submetidas a algum tipo de revisão (6), ainda assim confirma-se a supracitada tendência de baixo índice de atualização constatado pelo monitoramento feito ao longo do período de pesquisa, especialmente considerando-se o fato de este tipo de regramento ter o maior número de veículos e grupos enquadrados (20).

O formato de política de uso adquiriu uma relevância especial no meio jornalístico a partir do pioneirismo da *Wired*, que inclusive serviu como referência para a maioria absoluta dos veículos e grupos brasileiros mapeados (excetuando-se a *Folha de S.Paulo* e o *Grupo Globo*). É notório também que, dentro desse recorte nacional, seis dos sete adeptos da categoria são veículos nativos digitais. *O Estado de S. Paulo*, oriundo da mídia de legado, é a única exceção.

3.4 Síntese dos Resultados

Considerando os dados obtidos por meio do mapeamento e da análise dos documentos coletados, conclui-se que, apesar de uma aparente e salutar ascensão da tendência de implementação de diretrizes para o uso de IA, ainda há um

potencial considerável de intensificação desse processo, com vistas especialmente a uma futura consolidação como alternativa de pesquisa no campo da Deontologia do Jornalismo, o que é esperado quando se trata de objetos emergentes.

No entanto, os tempos da academia e do mercado são radicalmente diferentes. Enquanto a primeira demanda um período para a estruturação de arranjos metodológicos que viabilizem estudos mais aprofundados, com resultados consistentes, o segundo tem sido, na contemporaneidade, marcadamente pródigo em termos de volatilidade, ainda mais quando se trata de objetos situados na interseção entre jornalismo e tecnologia, campo de estudos onde se insere esta tese.

Outra dificuldade que se configura como agravante é a alta probabilidade de que a IA Gen e suas ferramentas passarão por transformações dentro de suas lógicas evolutivas de desenvolvimento. Espera-se um tensionamento das diretrizes nesse contexto dinâmico, pois estas serão submetidas a constantes provas de adaptabilidade, eficácia e, sobretudo, resiliência diante dos desafios futuros.

SEÇÃO 4

ESTUDO DE CASOS

O estudo de casos múltiplos ora apresentado confere proeminência às organizações jornalísticas escolhidas para representar as respectivas categorias nas quais foram classificadas. O propósito foi realizar um aprofundamento em suas respectivas estruturas autorregulatórias, buscando compreendê-las holisticamente e, sob o prisma de seus respectivos históricos nessa seara, entender como se desenrolou o processo de inserção das diretrizes para o uso de IA, tanto em suas grades de códigos previamente implementados quanto em suas rotinas produtivas.

As diversas camadas e particularidades de autorregulação existentes em cada uma das empresas impuseram dificuldades pontuais, mas foram, ao mesmo tempo, fundamentais para justificar a diferenciação por meio de categorias, efetuada já na fase de análise documental. O próprio estudo de casos teve a sua viabilidade garantida a partir dessa distinção, sem que isso implicasse, no entanto, em estabelecer qualquer tipo de comparação sobre as qualidades das respectivas jornadas em torno da IA. A proposta visa, em síntese, constatar e analisar as diferenças para facilitar o entendimento do fenômeno objeto da tese.

4.1 Casos Selecionados

Conforme observado no Capítulo 2 (tópico 2.4), o estudo de casos compõe o arranjo metodológico desta tese em combinação com a análise documental (esta na condição de técnica auxiliar) para a obtenção dos dados que permitiram uma seleção criteriosa de organizações que pudessem exemplificar suas respectivas categorias de análise.

As tabelas dispostas nos tópicos a seguir listam, em ordem cronológica de publicação, os documentos que foram utilizados como fontes para o estudo. Todas as organizações já mantinham códigos de conduta gerais, um dos fatores determinantes para a categorização concedida. Se um dispositivo autorregulatório específico sobre o uso de IA tem qualquer tipo de dependência em relação a orientações previamente estabelecidas, esta conexão foi submetida a uma análise visando enquadrá-la na categorização de acordo com a sua abrangência, estrutura e forma de divulgação.

4.1.1 Posicionamento da Redação: *The Associated Press* (AP)

Tabela 6 - Estrutura autorregulatória da AP	
Documentos	**Publicação**
The Associated Press Statement of News Values and Principles[49] *(Declaração de Valores e Princípios de Notícias da Associated Press)*	14/04/2020
Standards around generative AI[50] *(Padrões em torno da IA generativa)*	15/08/2023
Updates to generative AI standards[51] *(Atualizações dos padrões de IA generativa)*	08/05/2024
Fonte: elaborada pelo próprio autor	

Por seu pioneirismo e consequente histórico longevo de experiências com inteligência artificial, a agência de notícias *The Associated Press* (AP) representa a categoria "Posicionamento da Redação", a qual normalmente consiste em editoriais ou postagens feitas em páginas (p.ex.: *blogs*) institucionais de transparência editorial, administradas por ocupantes de cargos diretivos. No caso da agência estadunidense, o *blog The Definitive Source*[52] ("A Fonte Definitiva"), vinculado à Central de Mídia[53] da organização, é a plataforma utilizada para divulgar comunicados oficiais.

Diante do potencial disruptivo da IA generativa, a gestão editorial da AP decidiu atualizar suas diretrizes de IA e o seu manual de redação e estilo (*AP Stylebook*[54]) para se adequar a novas exigências decorrentes desse processo de aprimoramento tecnológico. Nesse sentido, três novos verbetes foram

[49] Disponível em: <https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/>.
[50] Disponível em: <https://www.ap.org/the-definitive-source/behind-the-news/standards-around-generative-ai/>.
[51] Disponível em: <https://www.ap.org/the-definitive-source/behind-the-news/updates-to-generative-ai-standards/>.
[52] Disponível em: <https://www.ap.org/the-definitive-source/>.
[53] Disponível em: <https://www.ap.org/about/media-center/>.
[54] Mais informações disponíveis em: <https://www.apstylebook.com/>.

acrescentados: 1) “treinamento baseado em dados para aprendizado de máquina”; 2) “inteligência artificial generativa”; e 3) “viés algorítmico” (Meir, 2023, tradução nossa).

A ênfase conferida ao dever de se divulgar as bases dessas rotinas de produção de conteúdo é anterior ao ChatGPT e a outras ferramentas recentes, como demonstra o trecho abaixo, extraído da *Declaração de Valores e Princípios de Notícias* da AP:

> O conteúdo produzido automaticamente deve ser minuciosamente verificado e transparente, e as fontes de dados claramente identificadas. É responsabilidade de cada um de nós garantir que esses padrões sejam respeitados. Sempre que surgir uma questão sobre qualquer aspecto do nosso trabalho, esta deverá ser levada a sério (The Associated Press, 2023, pp. 2 e 3, tradução nossa).

Já os *Padrões de uso de IA generativa* da agência de notícias, em que pese não fazerem nenhuma menção direta ao termo “transparência” ou a qualquer uma de suas possíveis derivações, são permeados por este conceito, como é possível constatar na menção ao acordo da AP com a OpenAI (desenvolvedora do ChatGPT) ou ainda ao sinalizar que irá identificar quaisquer imagens geradas por IA que vier a utilizar (Meir, 2023).

A referida parceria foi estabelecida em julho de 2023. O acordo prevê remuneração pelo uso do conteúdo da agência de notícias para treinar o *chatbot*. Contudo, a empresa jornalística ressaltou no comunicado oficial sobre a aliança estratégica que “continua a observar atentamente os padrões em torno da IA generativa e não a utiliza em suas notícias” (The Associated Press, 2023, tradução nossa), o que é endossado pelo posicionamento oficial da agência sobre o tema, intitulado *Padrões em torno da IA generativa* (tradução nossa), conforme segue: “A AP tem um acordo de licenciamento com a OpenAI, criadora do ChatGPT, e embora a equipe da AP possa experimentar o ChatGPT com cautela, não o utiliza para criar conteúdo publicável” (Meir, 2023, tradução nossa).

4.1.2 Protocolo Editorial: *British Broadcasting Corporation* (BBC)

Tabela 7 - Estrutura autorregulatória da BBC	
Documentos	**Publicação**
Editorial Guidelines *(Diretrizes Editoriais)*	27/06/2019
Generative AI at the BBC *(IA Generativa na BBC)*	05/10/2023
BBC AI Principles *(Princípios de IA da BBC)*	07/02/2024
An update on the BBC's plans for Generative AI (Gen AI) and how we plan to use AI tools responsibly *(Uma atualização sobre os planos da BBC para IA Generativa — IA Gen — e como planejamos usar ferramentas de IA de forma responsável)*	28/02/2024
Guidance: The use of Artificial Intelligence *(Orientação: O uso de Inteligência Artificial)*	28/02/2024
Fonte: elaborada pelo próprio autor	

Referência global em mídia pública e regulada pela agência governamental do setor de comunicações do Reino Unido, a Ofcom[55], a BBC preserva uma tradição secular de governança — a primeira versão da *Royal Charter*[56], considerada como a sua "base constitucional", é de janeiro de 1927. Atualmente, por meio de uma ampla gama de políticas e diretrizes de conduta e ética[57] (Figura 4), mantém a estrutura autorregulatória mais complexa e intrincada constante no mapeamento empreendido para esta tese.

[55] Acrônimo para *Office of Communications* (Escritório de Comunicações). Mais informações disponíveis em: <https://www.ofcom.org.uk/>.
[56] A *Royal Charter* (*Carta Real*, em tradução livre) estabelece o objetivo, a missão e os propósitos públicos do conglomerado de mídia. O documento também descreve os arranjos regulatórios e de governança da corporação, incluindo o papel e a composição do Conselho da BBC. Mais informações encontram-se disponíveis em: <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/charter>.
[57] Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/policies>.

Além de já investir em ferramentas automatizadas desde os anos 2010, a organização se notabiliza por ter feito, sob o prisma desta pesquisa, uma "transição": inicialmente, a BBC poderia ter sido enquadrada na categoria "Posicionamento da Redação" quando, em outubro de 2023, publicou em sua Central de Mídia[58] um comunicado[59] sobre o uso de IA Gen, assinado pelo seu diretor de Nações, Rhodri Talfan Davies. Entretanto, posteriormente, em fevereiro de 2024, as diretrizes foram consolidadas no âmbito institucional, na forma de um protocolo editorial específico[60], também anunciado por Davies e que foi adicionado à grade de códigos de conduta do grupo de mídia pública, o que simboliza a relevância concedida no âmbito organizacional à questão da IA nos moldes atuais.

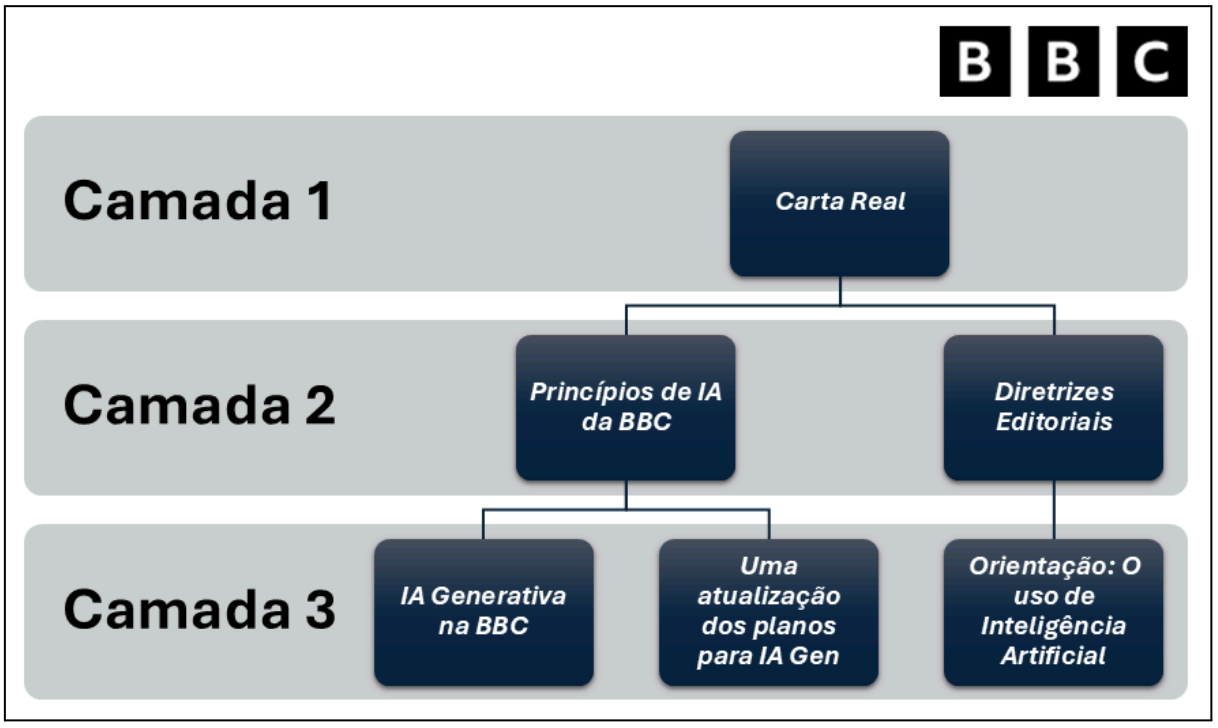


Figura 4 - A BBC possui uma tradição autorregulatória fortemente hierarquizada, com uma série de conexões estabelecidas entre seus códigos de conduta e ética (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

O posicionamento inicial teve como base as *Diretrizes Editoriais* do conglomerado (BBC, 2019). Contudo, há registros de que a organização já tinha desde 2017, por meio de sua divisão de Pesquisa & Desenvolvimento, uma política de uso responsável de tecnologias baseadas em IA, consolidados nos *Princípios do*

[58] Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/>.
[59] Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/>.
[60] Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence>.

Mecanismo de Aprendizado de Máquina (tradução nossa de *Machine Learning Engine Principles*[61], também referidos pela sigla MLEP). Estes foram sucedidos, a partir de fevereiro de 2024, pelo documento *Princípios de IA da BBC*[62], que abrange todo o espectro de atuação e a cadeia produtiva dos diferentes setores do conglomerado, sendo inclusive o esteio do protocolo editorial vigente sobre IA.

Os seis princípios concernentes ao aprendizado de máquina previstos nos MLEP podem ser considerados como as raízes conceituais dos códigos atualmente em vigor, a saber: 1) Refletir os valores da BBC, entre os quais a confiança; 2) Melhorar a experiência do público; 3) Manter uma política de transparência; 4) Utilizar a IA com responsabilidade, segurança e justiça; 5) Incorporar os valores editoriais da BBC e ampliar os horizontes; e 6) Inovar continuamente sempre sob supervisão humana (Straub, 2019; Macgregor, 2021, tradução nossa).

Como parâmetro de análise, é possível utilizar o conceito de transparência que, juntamente com o de responsabilidade, é um dos princípios editoriais que guiam as normas específicas da BBC para a IA Gen:

> Seremos abertos e transparentes – A confiança é a base do relacionamento da BBC com o público. Nossos líderes sempre serão responsáveis perante o público por todos os conteúdos e serviços produzidos e publicados pela BBC. Seremos transparentes e claros com o público quando a saída de IA generativa aparecer em nossos conteúdos e serviços. A supervisão humana será um passo importante na publicação de conteúdo de IA generativa e nunca confiaremos apenas na investigação gerada por IA nos nossos resultados (BBC, 2023, tradução nossa).

Em suas *Diretrizes Editoriais*, o conglomerado britânico explicita a condição da transparência como valor fundamental a partir do seu código maior de referência. “A Carta [*Royal Charter*] estabelece o nosso dever de sermos transparentes e responsáveis. Devemos publicar um Relatório e Contas Anuais que devem incluir informações sobre como altos padrões editoriais foram estabelecidos, revistos e cumpridos” (BBC, 2019, p. 16, tradução nossa).

Já um dos pilares dos *Princípios de IA da BBC* é a garantia de abertura e transparência, fornecendo explicações claras ao público sobre o uso de IA e seus possíveis efeitos. Além disso, o documento também assegura que todos os processos envolvendo inteligência artificial sempre terão supervisão humana e atribuição de responsabilidades.

---

[61] Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/rd/projects/bbc-machine-learning-engine-principles>.
[62] Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/supplying/working-with-us/ai-principles/>.

4.1.3 Declaração de Princípios Éticos: *Grupo Globo*

Tabela 8 - Estrutura autorregulatória do *Grupo Globo*	
Documentos	**Publicação**
Princípios Editoriais do Grupo Globo[63]	06/08/2011
Seção III - O Uso de Inteligência Artificial no Jornalismo[64]	27/06/2024
Princípios editoriais do Grupo Globo estabelecem normas para o uso de inteligência artificial no jornalismo[65]	
Grupo Globo atualiza princípios editoriais para incluir orientações sobre inteligência artificial[66]	
Fonte: elaborada pelo próprio autor	

Objeto de uma detalhada reportagem[67] do *Jornal Nacional* (principal telejornal da TV Globo), a atualização dos *Princípios Editoriais do Grupo Globo* promovida em junho de 2024 incluiu nas diretrizes a seção III - “O uso de inteligência artificial no jornalismo”, composta por três tópicos principais: 1) Transparência e supervisão humana; 2) Apuração, produção e distribuição de jornalismo com auxílio de IA; e 3) Direitos autorais e governança.

Quanto à supervisão humana, o item “b” do tópico 1 assinala a possibilidade de alguns conteúdos passarem por revisão *a posteriori*, ou seja, somente após a sua publicação, dentro da lógica de um processo contínuo de supervisão e controle de qualidade da produção, sem criar empecilhos para a eficiência pretendida com o uso de IA:

> O uso de inteligência artificial deve sempre ser supervisionado por um humano, e nenhum conteúdo produzido com a tecnologia deve ser

[63] Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>.
[64] Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#secao-3>.
[65] Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2024/06/27/principios-editoriais-do-grupo-globo-estabelecem-normas-para-o-uso-de-inteligencia-artificial-no-jornalismo.ghtml>.
[66] Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2024/06/27/grupo-globo-atualiza-principios-editoriais-para-incluir-orientacoes-sobre-inteligencia-artificial.ghtml>.
[67] Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2024/06/27/principios-editoriais-do-grupo-globo-estabelecem-normas-para-o-uso-de-inteligencia-artificial-no-jornalismo.ghtml>.

> veiculado sem essa supervisão. Isso não significa que cada conteúdo gerado de forma automatizada passará por uma revisão humana antes de ser veiculado. Essa obrigação tornaria inócua boa parte da eficiência e abrangência permitidas pelo uso da ferramenta. A correção e a qualidade desses conteúdos serão garantidas por supervisão de processos, leituras por amostragem e outras formas de checagem. Isso não diminui em nada a responsabilidade do jornalista: todos os envolvidos na produção desses conteúdos – assim como acontece com toda reportagem – são responsáveis pelo resultado. A supervisão humana, então, deve ser entendida como o monitoramento do uso da inteligência artificial para garantir a correção e a isenção daquilo que é veiculado. E essa supervisão pode variar conforme as necessidades de cada veículo e conteúdo. (Grupo Globo, *online*, 2024)

A incorporação de um regramento sobre IA para que este seja parte integrante de uma declaração de princípios é um modelo ambíguo: enquanto que, por um lado, reforça e garante o atendimento a uma demanda por autorregulação, por outro dilui o impacto desse novo conjunto agregado de orientações ao ficar estabelecida uma relação definitiva de dependência hierárquica, o que tende a gerar algum tipo de obstáculo em processos futuros de revisão e atualização.

Além disso, também cabe pontuar que os demais tópicos abordados na declaração — os atributos da informação de qualidade (seção I); como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público e de outras partes envolvidas (seção II); e os valores cuja defesa é um imperativo do jornalismo (seção IV) — não possuem qualquer relação direta com o uso de tecnologias automatizadas.

4.1.4 Política de Uso: *O Estado de S. Paulo* (*Estadão*)

Tabela 9 - Estrutura autorregulatória da *S/A O Estado de S. Paulo*	
Documentos	**Publicação**
Código de Conduta e Ética[68]	19/05/2015
Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas; veja[69]	22/11/2023
Política de Uso de Ferramentas de Inteligência Artificial pelos colaboradores do Grupo Estado	
Fonte: elaborado pelo próprio autor	

[68] Disponível em: <https://www.estadao.com.br/codigo-etica/codigo-de-etica.pdf>.
[69] Disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/>.

Em novembro de 2023, o *Estadão* se tornou a primeira marca da mídia brasileira de legado a consolidar uma política de uso, contendo diretrizes gerais (em nível de conduta) e específicas (de ordem técnica). Cabe ressaltar a importância concedida pela empresa às diretrizes ao nomear um comitê interno multiprofissional para supervisioná-la de forma contínua e, periodicamente, promover uma revisão do conteúdo conforme a necessidade. É mais uma prova da emancipação concedida ao tratamento dispensado à inteligência artificial.

O grupo de mídia administrado pela S/A O Estado de S. Paulo (anteriormente denominado "Grupo Estado") optou por estruturar uma política de uso de IA, elaborada pelo referido comitê multidisciplinar composto por membros dos seguintes departamentos: Redação, Tecnologia, Produto, Jurídico e Auditoria. Este conjunto de diretrizes específicas é autônomo em relação ao *Código de Conduta e Ética*[70], o documento de referência do grupo em termos de princípios editoriais, normas éticas e de qualidade. Mesmo assim, a política de IA indica uma esperada e salutar relação implícita entre ambos os dispositivos de autorregulação. "Nosso compromisso firmado neste documento é revisar esta Política [de IA] de forma recorrente e atualizá-la sempre que se faça necessário, objetivando *mantê-la alinhada aos nossos valores e primando por nossa qualidade jornalística*" [grifo nosso].

Embora não tenha propriamente formalizado um sistema de conformidade nos mesmos moldes daquele mantido pelo Grupo Globo, o *Estadão* lançou em maio de 2015, juntamente com o *Código de Conduta e Ética*, sua *Política Anticorrupção*[71], com uma série de orientações destinadas a prevenir o cometimento de atos ilícitos por parte dos colaboradores da organização.

Ao mesmo tempo, é válido ressaltar que, dos quatro casos selecionados, apenas o *Estadão* definiu uma periodicidade (anual) para promover eventuais ajustes de suas diretrizes. Dessa forma, uma atualização deveria ter sido feita em 2024, mas nenhuma mudança ocorreu até fevereiro de 2025, quando esta tese foi concluída. Infere-se que uma possível justificativa para a postergação desse ajuste programado tenha se dado em razão das ações da campanha em torno do

[70] Disponível em: <https://www.estadao.com.br/codigo-etica/codigo-de-etica.pdf>
[71] Disponível em: <https://www.estadao.com.br/dados/portal/politica-anticorrupcao/politica-anticorrupcao.pdf>.

aniversário de 150 anos do jornal *O Estado de S. Paulo*[72], fundado em 4 de janeiro de 1875.

4.2 Síntese dos Resultados

Ante os resultados obtidos com o estudo de casos, três constatações se sobressaíram: 1) As diferenças claras entre os modelos adotados pelas organizações facilitaram o processo de categorização; 2) Por meio do estudo, foi possível aprofundar o entendimento não apenas das diretrizes de uso de IA em si, mas também das estruturas autorregulatórias nas quais esses documentos estão inseridos; e 3) Apesar dos inegáveis avanços institucionais na implementação de dispositivos autorregulatórios observados nos últimos anos, ainda há um longo caminho a ser percorrido pelas organizações jornalísticas rumo à consolidação de um sistema de conformidade robusto, eficaz e continuamente aprimorado.

Entre os problemas detectados, a existência de diversas camadas de autorregulação, especialmente no caso da *BBC*, gera um alto risco de complexificação dessa esfera, o que dificulta o entendimento das conexões estabelecidas entre os diferentes códigos de conduta mantidos pelo conglomerado.

Outro problema constatado foi a ausência, em casos pontuais, de uma documentação mais precisa. No caso do *Estadão*, por exemplo, as datas exatas de publicação do *Código de Conduta e Ética* e da *Política Anticorrupção*, editados há uma década, foram descobertas somente pela verificação dos dados das propriedades dos arquivos correspondentes, disponibilizados *online* no formato PDF.

A inexistência de uma página específica que reúna todos os códigos da empresa, a exemplo do que ocorre na já citada *BBC*, é outro aspecto passível de revisão, haja vista que uma melhor articulação tende a facilitar o processo de consolidação de um sistema de conformidade, uma das principais metas estipuladas para uma política de uso de IA baseada nos indicadores-chave apresentados na Seção 5.

[72] Disponível em: <https://www.estadao.com.br/150-anos/>.

SEÇÃO 5

INDICADORES-CHAVE

A partir do mapeamento prévio de diretrizes autorregulatórias realizado para formar o *corpus* da pesquisa (cujos detalhes foram apresentados na Seção 3 desta tese), foram constatadas tendências que permitiram estabelecer os pilares conceituais dos indicadores-chave ora delineados.

A proposta é oferecer um conjunto de recomendações, que pode vir a ser adotado de diferentes formas em cada redação, seja como referência para um guia de orientação composto por seções e tópicos ou na forma de uma lista de verificação de atendimento a requisitos (*checklist*), tipo de documento normalmente utilizado em procedimentos da área de Gestão da Qualidade para detecção de eventuais não conformidades em processos produtivos.

Indicadores de diferentes eixos se inter-relacionam, como é o caso, por exemplo, da educação midiática (esfera da responsabilidade) e análise crítica (âmbito da supervisão humana), pois a primeira permite que a segunda seja exercida de uma forma embasada por parte dos integrantes de um conselho de assinantes ou de apoiadores, conforme o modelo de negócio da organização jornalística que mantém esse tipo de iniciativa.

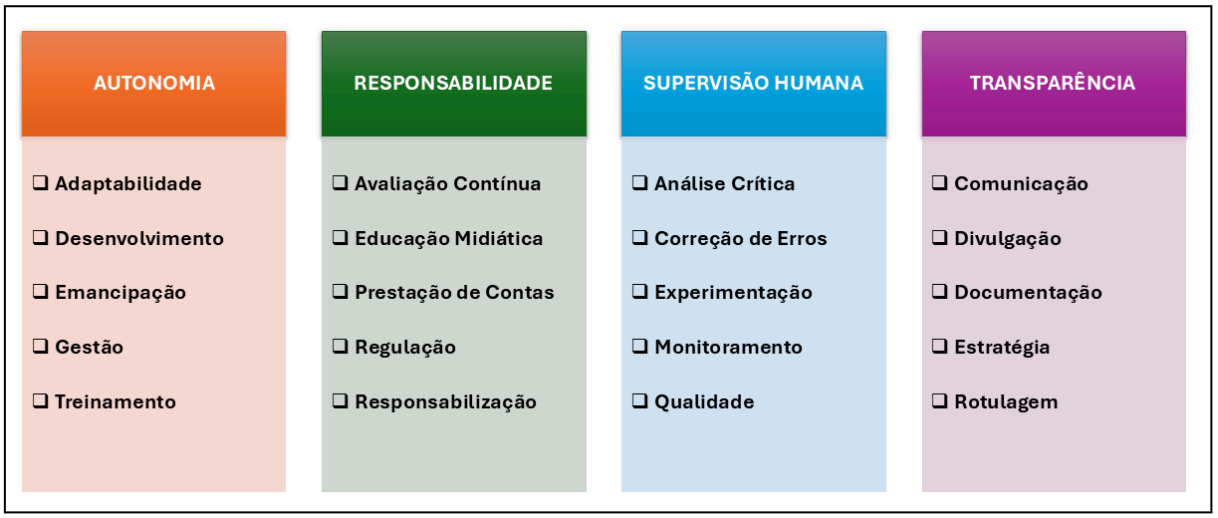


Figura 5 - Estrutura divide os 20 indicadores-chave em quatro eixos conceituais, definidos de acordo com os resultados do mapeamento de diretrizes de uso de IA (Fonte: elaborada pelo próprio autor)

A Figura 5 apresenta os 20 indicadores divididos em quatro eixos, consolidados a partir dos conceitos fundamentais descritos na Seção 1. Apresentados em ordem alfabética, os indicadores trazem recomendações

específicas que visam auxiliar a implementação e a consolidação de um conjunto de diretrizes, ora referido como **Política de Uso de IA** (grifo nosso).

5.1 Indicadores-Chave para Autorregulação de IA no Jornalismo

1) Autonomia

- **Adaptabilidade:** diretrizes autônomas e geridas de forma direta permitem uma adaptação mais rápida e eficaz a tecnologias em desenvolvimento, como é o caso de IA Gen, dado o contexto dinâmico de transformação contínua, com a implementação de novos recursos e a consequente imposição de novos desafios técnicos e éticos em um cenário sob constante mutação.

- **Desenvolvimento:** se a organização reunir as condições para ter as viabilidades estrutural, financeira e operacional necessárias, é altamente recomendável que desenvolva as próprias soluções de IA, sem depender de empresas terceirizadas, que normalmente ocultam detalhes técnicos sobre a construção e treinamento de seus modelos de linguagem, criando as chamadas “caixas-pretas” (*black boxes*). O investimento em PD&I é crucial para a mitigação de diversos riscos implícitos na geração de conteúdo sintético, a exemplo de alucinações, erros de informação, plágios, preconceitos, vieses e violações de privacidade e de propriedade intelectual. Na impossibilidade de tal desenvolvimento, é fortemente recomendado o estabelecimento de parcerias estratégicas com empresas desenvolvedoras de sistemas de IA, regidas por contratos que evitem riscos e determinem as responsabilidades das partes envolvidas.

- **Emancipação:** recomenda-se que a **Política de Uso de IA** receba uma atenção exclusiva no âmbito organizacional, com as diretrizes norteando os processos produtivos correspondentes de forma direta, sem depender de códigos de conduta e/ou ética previamente estabelecidos, embora não se faça qualquer óbice sobre uma eventual reiteração de princípios editoriais e valores jornalísticos defendidos pela organização.

- **Gestão:** a criação de um comitê/comissão multiprofissional — com integrantes da Redação e dos setores Jurídico, de Marketing e de Tecnologia da Informação — para administrar a **Política de Uso de IA** e suas demandas decorrentes tende a facilitar o processo de resolução de questões envolvendo o uso de recursos automatizados na redação, evitando que deliberações e tomadas de decisão editorial enfrentem excessivas camadas de burocracia.

- **Treinamento:** este indicador refere-se tanto à demanda por capacitação contínua de pessoal para trabalhar com recursos automatizados quanto para o condicionamento adequado dos próprios sistemas de IA Gen, sejam estes próprios ou fornecidos por empresas parceiras terceirizadas.

2) Responsabilidade

- **Avaliação Contínua:** visando a manutenção permanente de uma tendência de aprimoramento, a **Política de Uso de IA** pode ser submetida a um programa de avaliação contínua, com indicadores a serem estipulados pelo comitê/comissão responsável. A periodicidade para análise dos resultados obtidos pode variar de acordo com as especificidades das aplicações de IA em cada redação, sendo recomendável que as avaliações ocorram, pelo menos, semestralmente.

- **Educação Midiática:** a promoção por parte do veículo/grupo de cursos, nas modalidades *online*, presencial ou híbrida, visando contribuir com o entendimento do público sobre os processos de produção jornalística, com ênfase no uso de IA, tendem a ser contribuições valiosas para que o público adquira um conhecimento mais aprofundado sobre o funcionamento de um veículo jornalístico. Ao mesmo tempo, cria oportunidades para o fortalecimento de uma necessária relação de confiança, que tem o potencial de atrair interessados em compor um conselho de apoiadores.

- **Prestação de Contas:** atualizações periódicas da **Política de Uso de IA** podem ser feitas de forma recorrente, a qualquer tempo, não sendo necessário estabelecer uma periodicidade fixa. As formas escolhidas para

prestar contas junto à audiência podem variar, mas alguns formatos tendem a ser mais adequados para cada tipo de demanda. O fator decisivo é a regularidade do ato de reportar, que tende a aumentar a confiabilidade do público em relação ao veículo jornalístico ou grupo de mídia.

- **Regulação:** uma atenção especial deve ser conferida a marcos regulatórios, tanto àqueles que tratam especificamente da IA como também a outros que versam sobre assuntos correlatos, a exemplo da proteção de dados, âmbito que, no Brasil, é regulado pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais[73] (LGPD) e fiscalizado pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados[74] (ANPD).

- **Responsabilização:** visando evitar graves riscos reputacionais, todas as possíveis aplicações envolvendo a inteligência artificial — traduções de textos, elaboração de resumos de matérias, postagens em plataformas de mídias sociais, análises de grandes volumes de dados, entre outras —, precisam estar diretamente atreladas, para fins de responsabilização, a profissionais garantidores da obediência às balizas da **Política de Uso de IA**.

3) Supervisão Humana

- **Análise Crítica:** o estabelecimento de um conselho formado por assinantes ou apoiadores do veículo jornalístico é uma iniciativa que, além de promover uma aproximação positiva entre o público e a organização, permite a criação de um fórum de discussão permanente entre gestores, jornalistas e assinantes/apoiadores sobre as rotinas de trabalho da redação e os recursos utilizados para sua consecução, a exemplo das ferramentas de IA.

- **Correção de Erros:** a publicação expressa de correções de erros cometidos em rotinas produtivas executadas com o auxílio de IA, por meio de quadros (*boxes*) em matérias nas quais houve a ocorrência de não conformidades, é

[73] Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm>.
[74] Disponível em: <https://www.gov.br/anpd/pt-br>.

fundamental para manter a confiança do público, demonstrando a importância do controle de qualidade da produção mantido pelo veículo/grupo.

- **Experimentação:** é altamente recomendável que ferramentas de IA potencialmente utilizáveis em uma redação sejam submetidas, sob o já citado "princípio da experimentação cautelosa", a: 1) Testes preliminares em ambiente controlado sob um regime de autorregulação — tendo como referência o conceito de "*sandbox*[75]" —; 2) Pesquisas qualitativas junto a nichos específicos da audiência do veículo; e 3) Programas de treinamento que permitam aos profissionais a aquisição dos conhecimentos necessários para uma utilização correta e segura de todos os recursos disponíveis.

- **Monitoramento:** utilizando sistemas *online* de gestão de conteúdo jornalístico, editores podem realizar um acompanhamento contínuo dos processos de produção noticiosa que empregam recursos automatizados, verificando em parceria com os repórteres quais seriam as melhores alternativas, tanto para a realização das tarefas quanto para a sinalização do tipo de uso de IA aos leitores. Também é possível monitorar o impacto da produção sintética por meio de métricas relacionadas a acesso ao conteúdo, tipos de interação e de navegação (indicadores de UX, sigla em inglês para "experiência do usuário"), perfis da audiência, repercussões em plataformas de mídia social etc.

- **Qualidade:** um sistema de gestão da qualidade é decisivo para a mitigação de riscos de depreciação do conteúdo noticioso, pois eventuais maus usos de recursos de IA, como a disseminação de conteúdos falsos (p.ex.: *deep fakes*) ou que geram desinformação, provocam severos impactos negativos, abalando a credibilidade do veículo/grupo. Garantir a qualidade da produção sintética é, primordialmente, uma medida essencial de defesa a fim de evitar desgastes reputacionais e consequentes abalos na sustentabilidade

[75] *Sandbox* ("caixa de areia", em tradução livre) é um conceito aplicado na esfera da regulação. De acordo com Vieira *et al.* (2024, p. 339), "é um ambiente regulatório experimental e controlado, voltado ao desenvolvimento de produtos, tecnologias e modelos de negócios inovadores, que adota um mecanismo de experimentação dinâmico e flexível que proporciona maior segurança para seus participantes, em um ambiente monitorado e sujeito a avaliação pelos órgãos reguladores".

financeira, alvo constante de ameaças como o fenômeno da *news avoidance* (“abstenção de notícias”).

4) Transparência

- **Comunicação:** *blogs* de editores, centrais de mídia, páginas de cunho institucional, entre outras plataformas dedicadas, podem vir a ser alternativas para a viabilização de uma cultura de transparência editorial, assegurando uma regularidade na emissão de comunicados oficiais sobre assuntos como a adoção de novos recursos, a contratação de profissionais especializados, deliberações do comitê responsável, fechamento de acordos de parceria estratégica e mudanças nos fluxos de trabalho decorrentes do uso de IA.

- **Divulgação:** a comunicação junto ao público deve especificar claramente, nos diferentes tipos de produção de conteúdo jornalístico, quais processos tiveram o uso de soluções automatizadas, preferencialmente por meio de uma nota (*disclaimer*) que inclua um *link* para o documento que reúne as diretrizes do veículo/grupo para a aplicação de IA.

- **Documentação:** para fins de registro histórico e também de auxílio à pesquisa externa sobre o veículo/grupo, é de fundamental importância que todos os dados documentais referentes ao uso de IA sejam disponibilizados, a começar pelas diretrizes de uso, incluindo datas de publicação e de atualizações promovidas ao longo do tempo; nomes e cargos dos profissionais que integram o comitê responsável; entre outras informações relevantes.

- **Estratégia:** o planejamento em torno da implementação de sistemas de IA deve ser conduzido e compartilhado continuamente com os profissionais da redação e dos demais setores da organização envolvidos com o assunto. O estabelecimento de metas claras, a realização de eventuais correções de rota que se fizerem necessárias e o incentivo à participação em discussões sobre os passos seguintes a serem dados representam esforços decisivos para o êxito do processo no âmbito organizacional.

- **Rotulagem:** o modelo sugerido para a identificação dos usos de IA Gen (exemplos podem ser conferidos na Tabela 10) propõe categorias e exemplos de especificação nas diferentes etapas do ciclo de produção noticiosa. Cada organização deve definir em quais fases terá o suporte da inteligência artificial e sob quais condições, de acordo com as preferências editoriais concernentes à **Política de Uso de IA**.

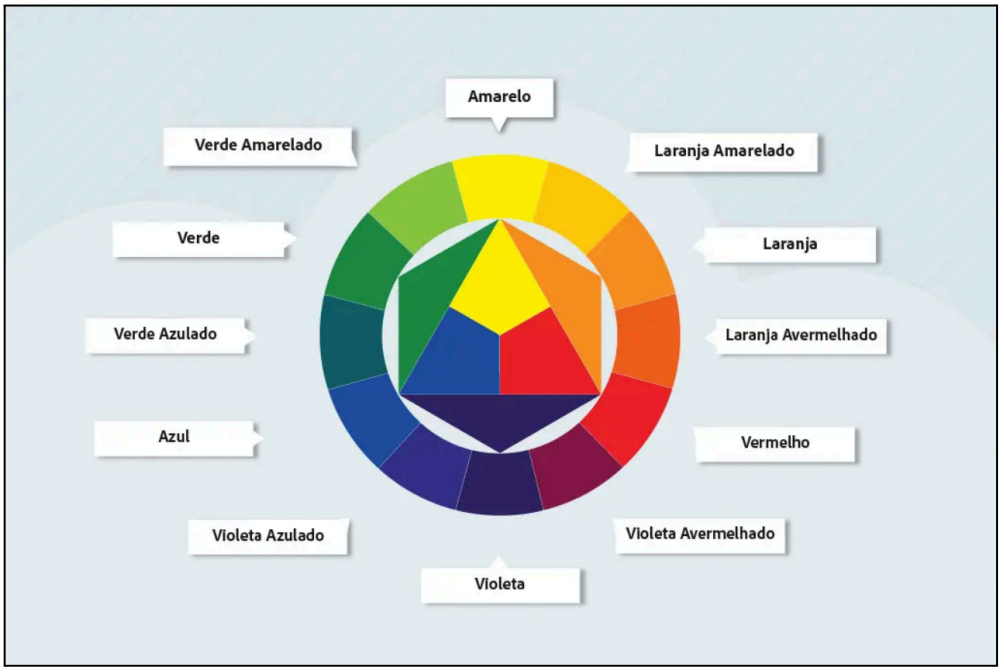


Figura 6 - Cores previstas no Círculo Cromático (Fonte: Blog da Adobe Brasil)

A escolha das cores para as etiquetas de rotulagem teve como base o *Círculo Cromático* (Figura 6), sendo que a escala segue uma progressão de acordo com nível da demanda por supervisão humana, especialmente quanto à mitigação de vieses, preconceitos, imprecisões ou até mesmo alucinações por parte das ferramentas de IA Gen, dividindo os tipos de aplicação por cores frias (violeta, azul e verde) — para os de menor impacto — e quentes (amarelo, laranja e vermelho) — direcionadas aos mais complexos.

Cabe ressaltar que, em cada conteúdo publicado, é possível utilizar um ou mais desses rótulos, de acordo com os tipos de suporte de IA utilizados. Além disso, sugere-se a criação de outros rótulos em um sistema sob demanda, considerando-se as necessidades específicas de cada organização.

Tabela 10 - Etiquetas de rotulagem para sinalização do uso de IA		
Tipo de Uso	**Sugestão de Legenda**	**Recomendação de Cor**
Vídeo	Os vídeos originais que permitiram a geração das imagens sintéticas pertencem ao nosso acervo ou tiveram o uso autorizado por seus respectivos autores, em consonância com a nossa **Política de Uso de IA**.	Vermelho
Imagem	Somente fotos pertencentes ao nosso acervo ou que foram disponibilizadas por seus respectivos autores são utilizadas para a geração de imagens sintéticas, sendo este um dos princípios de nossa **Política de Uso de IA**.	Laranja
Texto	O resumo desta reportagem foi elaborado pelo **ChatGPT**, da OpenAI, e publicado sob supervisão editorial humana após checagem das informações e revisão do texto.	Amarelo
Áudio	O *podcast* produzido com base nesta reportagem foi desenvolvido com o auxílio do **NotebookLM**, do Google. Todo o conteúdo sonoro foi revisado de acordo com a nossa **Política de Uso de IA**.	Verde
Apuração	Os dados desta reportagem foram extraídos de documentos originais no formato PDF com o uso da ferramenta **Parseur**.	Azul
Tradução	Este texto foi traduzido do inglês para o português com o auxílio do **DeepL**. A tradução foi revisada antes da publicação, seguindo a nossa **Política de Uso de IA**.	Violeta
(Fonte: elaborada pelo próprio autor)		

5.2 Perspectivas de Implementação

Os indicadores-chave visam oferecer importantes coordenadas para navegação no complexo e dinâmico universo da IA visando a produção de conteúdo jornalístico. Tendo como premissa básica a noção de que as ferramentas automatizadas são, eminentemente, de suporte aos fluxos de trabalho, o protagonismo humano e a segurança em todo o ciclo de vida de utilização da inteligência artificial são assegurados.

Não se pode perder de vista, no entanto, a tendência de contínua expansão das possibilidades oferecidas pela IA, especialmente por seu caráter multimodal (Gould & Geronimo, 2023). Nesse cenário, permeado pela imprevisibilidade, é cada vez mais evidente a necessidade de se estabelecer parâmetros para a utilização de recursos automatizados, como é possível constatar observando-se os resultados de estudos recentes sobre tendências futuras para o jornalismo. O primeiro[76], intitulado *Meios de informação: As tendências que guiam um futuro de transformação* (tradução nossa), foi conduzido pela consultoria KPMG em parceria com o *think tank Digital Journey*. O levantamento mostra que, para 78% dos 60 entrevistados — todos diretores de organizações jornalísticas da Espanha —, o maior desafio previsto para os próximos três anos será viabilizar medidas de implementação de sistemas de IA nas redações.

O outro estudo[77] — *Jornalismo na era da IA: Oportunidades e desafios no Sul Global e economias emergentes* (tradução nossa) —, de autoria do pesquisador Damian Radcliffe (da Universidade do Oregon, dos EUA) e publicado pela Fundação Thomson Reuters (TRF, na sigla em inglês), foi divulgado em janeiro de 2025 e apresenta dados referentes à adoção de ferramentas de IA em redações do Sul Global (formado pelos países com economias ainda em desenvolvimento).

Entre os principais resultados do levantamento, destaca-se que, apesar de 81% dos 221 profissionais respondentes de mais de 70 países — entrevistados entre outubro e novembro de 2024 — admitir que a IA já é utilizada em seus fluxos de trabalho, somente 13% afirmam que suas redações possuem uma política de IA, mesmo em um cenário no qual essas “linhas vermelhas” têm sido reivindicadas

---

[76] Disponível em: <https://kpmg.com/es/es/informes-publicaciones/2025/01/medios-informacion-tendencias-guian-futuro-transformacion.html>.

[77] Disponível em: <https://www.trust.org/resource/ai-revolution-journalists-global-south/>.

pelos profissionais. Esta realidade é corroborada pelo *corpus* desta tese: dos 62 conjuntos de diretrizes mapeados, somente 11 (o equivalente a apenas 17,7%) são provenientes de países do Sul Global, sendo a maioria absoluta (9) do Brasil e os demais da China e das Filipinas.

Conforme atesta Radcliffe (2025), o vácuo de políticas internas traz em seu bojo o risco de “práticas inconsistentes, criando incerteza e falta de clareza para jornalistas e seus editores. Ao mesmo tempo, também aumenta o potencial, seja acidental ou intencional, para o uso indevido de tecnologias de IA dentro de uma redação” (p. 26, tradução nossa). Dessa forma, é possível concluir que toda contribuição tende a ser potencialmente útil para a reversão desse cenário.

Conclusão

Em decorrência da adoção de ferramentas de IA Gen, alguns veículos jornalísticos aceitaram correr uma série de riscos implícitos, a começar pelo fato de que ainda pairam dúvidas plenamente justificáveis sobre a legitimidade de conteúdos gerados por meio de *chatbots* e outras ferramentas automatizadas. Recorrer à transparência editorial e assumir compromissos públicos de responsabilidade no processo de elaboração do conteúdo noticioso tornou-se, a julgar pelas dezenas de diretrizes publicadas nos últimos dois anos, uma tendência no mercado de jornalismo — ainda que minoritária nos países do Sul Global, como atesta a já referida pesquisa da Fundação Thomson Reuters.

Embora algumas organizações já trabalhassem sob autorregulação com inteligência artificial desde a década passada — são os casos, por exemplo, de *Bayerischer Rundfunk*, *BBC* e *The Associated Press* —, somente após o advento do *ChatGPT*, em novembro de 2022, a demanda por balizas específicas de conduta relacionadas a essa ascendente seara tecnológica se intensificou de forma significativa no meio jornalístico, motivando o presente estudo, desenvolvido no âmbito de um doutorado acadêmico.

Os resultados obtidos permitem algumas conclusões, sendo uma delas a de que, dadas a dimensão atual do ecossistema midiático e a complexidade do desafio de implementar uma autorregulação concernente ao uso de IA, entende-se como uma potencial contribuição relevante da academia ao mercado, especialmente àqueles veículos jornalísticos ou grupos de mídia que ainda não definiram os seus próprios parâmetros, o desenvolvimento de indicadores-chave que permitam a elaboração de diretrizes para o uso ético, responsável e transparente da inteligência artificial, no formato de uma política de uso autônoma e específica, que conjugue orientações técnicas com princípios de conduta, prevendo possíveis situações nas quais os recursos de IA Gen sejam aplicáveis e, ao mesmo tempo, delimitando os pontos da cadeia produtiva onde estes serão, de fato, utilizados.

Um documento dessa natureza seria, também, um instrumento essencial para proteger a reputação de uma iniciativa jornalística, mitigando riscos à credibilidade e fortalecendo a confiança na produção de notícias, com vistas a dissipar quaisquer dúvidas relacionadas aos impactos da IA sobre a produção midiática. Como foi possível constatar pelos dados levantados, trata-se de uma

questão que deve ser conduzida e analisada sob o prisma da impermanência, haja vista que as tecnologias baseadas em IA, por sua inerência disruptiva, tendem a não deixar as organizações se acomodarem, mesmo sob uma sólida autorregulação.

Por outro lado, não é salutar que normatizações sejam excessivas e, dessa forma, venham a impor severos impedimentos à experimentação de inovações que possam trazer benefícios à atividade noticiosa, particularmente no que se refere ao desenvolvimento de ideias criativas, à produtividade e ao ganho de escala na entrega de conteúdo. Com um equilíbrio entre a abertura para a utilização de novas ferramentas e o rigor ético para utilizá-las de forma responsável e transparente, a mitigação de riscos reputacionais viabiliza um caminho seguro para a evolução tecnológica do jornalismo.

Como qualquer outro estudo acadêmico, esta tese possui limitações, tanto quanto ao *corpus* mapeado — devido especialmente aos critérios de exclusão estipulados, que impuseram restrições decorrentes da natureza da pesquisa, focada nos veículos ou grupos que disponibilizaram seus regramentos ao público — quanto em relação ao recorte conceitual, pois não seria possível alocar todos os princípios editoriais e valores jornalísticos existentes em um conjunto de indicadores que, por sua natureza orientativa, precisam ser delimitados.

Temas como “diretrizes éticas para o uso de inteligência artificial”, “IA responsável” e “jornalismo automatizado” ainda deverão ser crescentemente explorados em pesquisas futuras, já que se tratam de objetos emergentes de interesse na esfera acadêmica. Sugere-se a realização de estudos complementares que tenham como possíveis instrumentos metodológicos os seguintes: 1) A formação de grupos focais para a realização de *surveys*, visando depreender percepções do público tanto sobre o uso de IA em processos de produção jornalística quanto sobre os efeitos das próprias autorregulações sobre a qualidade do conteúdo noticioso; e/ou 2) Entrevistas semiestruturadas com gestores, jornalistas e outros profissionais, a exemplo de programadores, que lidam diretamente com a IA nas redações, visando extrair aspectos qualitativos das experiências, tanto as bem sucedidas quanto as que, eventualmente, exigiram medidas de contingência para o saneamento de impactos negativos à credibilidade e à reputação institucional, patrimônios que dificilmente são recuperáveis após erosões profundas. Em tempos de incertezas e volatilidades, a previsibilidade

gerada pela autorregulação, calcada em uma ampla estratégia de mitigação de riscos, é a melhor possível e, sobretudo, a mais recomendável.

Referências

AFP. **AFP and Other Leading Media Organizations Call for Global AI Policy to Protect Editorial Integrity**. Agence France-Presse, 9 ago. 2023. Disponível em: <http://www.afp.com/en/agency/inside-afp/press-release/afp-and-other-leading-media-organizations-call-global-ai-policy>. Acesso em: 2 fev. 2025.

AFP. **Charte AFP des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques**. Agence France-Presse, 18 set. 2023. Disponível em: <https://www.afp.com/fr/lagence/nos-engagements/les-chartes-de-lafp>. Acesso em: 31 out. 2024.

AFTENPOSTEN. **Retningslinjer for kunstig intelligens (KI) i Aftenposten**. Aftenposten, 26 set. 2023. Disponível em: <https://www.aftenposten.no/slik-jobber-vi-i-aftenposten/i/JQA0Wb/retningslinjer-for-kunstig-intelligens-ki-i-aftenposten>. Acesso em: 30 out. 2024.

AGÊNCIA PÚBLICA. **Política de Uso de Inteligência Artificial (IA)**. Agência Pública, 26 out. 2023. Disponível em: <https://apublica.org/politica-de-uso-de-inteligencia-artificial-ia/>. Acesso em: 30 out. 2024.

AGÊNCIA TATU. **Política de Uso de Inteligência Artificial (IA)**. Agência Tatu de Jornalismo de Dados, 11 out. 2023. Disponível em: <https://www.agenciatatu.com.br/politica-de-uso-da-inteligencia-artificial-ia/>. Acesso em: 30 out. 2024.

AKTUELL HÅLLBARHET. **Så jobbar vi på Aktuell Hållbarhets redaktion med AI-teknik**. Disponível em: <https://www.aktuellhallbarhet.se/ai-policy/>. Acesso em: 31 out. 2024.

ALMEIDA, P. G. R. de. Regulação da Inteligência Artificial: Ação Coletiva que Requer Governança. **Computação Brasil**, n. 47, p. 23-26, 2022. Disponível em:

<https://journals-sol.sbc.org.br/index.php/comp-br/article/view/4403>. Acesso em: 20 jan. 2025.

ALTAY, S.; GILARDI, F. People are skeptical of headlines labeled as AI-generated, even if true or human-made, because they assume full AI automation. **PNAS Nexus**, v. 3, n. 10, pgae403, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae403>. Acesso em: 5 out. 2024.

ANJ. **Programa Permanente de Autorregulamentação da ANJ**. Associação Nacional de Jornais, 10 maio. 2011. Disponível em: <https://www.anj.org.br/programa-permanente-de-autorregulamentacao/>. Acesso em: 29 maio. 2024.

ANP. **Leidraad: zo gaat de ANP-redactie om met AI**. Elger, abr. 2023. Disponível em: <https://www.elger.fm/content/files/2023/04/Leidraad_-zo-gaat-de-ANP-redactie-om-met-AI--4_2023-.pdf>. Acesso em: 6 ago. 2023.

AOS FATOS. **Política de uso de inteligência artificial do Aos Fatos**. Aos Fatos, 7 jul. 2024. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/politica-ia/>. Acesso em: 30 out. 2024.

APA. **Leitlinie zum Umgang mit künstlicher Intelligenz**. Austria Presse Agentur, jul. 2023. Disponível em: <https://apa.at/whitepaper/leitlinie-zum-umgang-mit-kuenstlicher-intelligenz/>. Acesso em: 30 out. 2024.

ARAÚJO, L. V. Adoção de algoritmos, NLG e inteligência artificial na imprensa brasileira em âmbito nacional e regional. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 14, n. 2, p. 175-188, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n2p175>. Acesso em: 14 jun. 2023.

AZMINA. **Uso de Inteligência Artificial**. Revista AzMina, 14 dez. 2023. Disponível em: <https://azmina.com.br/revista-azmina/#uso-de-inteligencia-artificial>. Acesso em: 30 out. 2024.

BBC. **Editorial Guidelines**. British Broadcasting Corporation, 27 jun. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines/>. Acesso em: 28 out. 2024.

BBC. **Generative AI at the BBC**. British Broadcasting Corporation, 5 out. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2023/generative-ai-at-the-bbc/>. Acesso em: 7 out. 2023.

BBC. **Responsible AI at the BBC: Our Machine Learning Engine Principles**. 23 maio. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/rd/publications/responsible-ai-at-the-bbc-our-machine-learning-engine-principles>. Acesso em: 6 ago. 2023.

BECKER, K. B.; SIMON, F. M.; CRUM, C. **Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations**, SocArXiv, 2023. Disponível em: <https://osf.io/preprints/socarxiv/c4af9/>. Acesso em: 10 set. 2023.

BECKER, K. B.; SIMON, F. M.; CRUM, C. Policies in Parallel? A Comparative Study of Journalistic AI Policies in 52 Global News Organisations. **Digital Journalism**, p. 1-21, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2431519>. Acesso em: 14 jan. 2025.

BELDA, F. R.; SANTOS, G. S. A concepção e a percepção da credibilidade no jornalismo. **Anagrama**, São Paulo, Brasil, v. 11, n. 1, 2017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/135299>. Acesso em: 27 dez. 2024.

BEZERRA, K.; CHRISTOFOLETTI, R. Independentes podem ser transparentes? Estratégias de media accountability da Agência Pública e The Intercept Brasil. **Contracampo**, v. 42, n. 3, 2023. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/58923>. Acesso em: 30 dez. 2023.

BRUNNER, K.; CIESIELSKI, R.; GAWLIK, P.; KÖPPEN, U.; KÜHNE, S.; PFEIFFER, J.; SCHNEIDER, C. **Unsere KI-Richtlinien im Bayerischen Rundfunk**. 12 jul. 2024. Disponível em: <https://www.br.de/extra/ai-automation-lab/ki-ethik-100.html>. Acesso em: 30 out. 2024.

CAMPONEZ, J. C. C. dos S. **Fundamentos de Deontologia do Jornalismo: a auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)**. Universidade de Coimbra, 2009. Disponível em: <https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/12614/4/Tese_Carlos%20Camponez_Anexos.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2025.

CANAVILHAS, J. **Manual de jornalismo na Web**. Covilhã: LabCom, 2023. Disponível em: <https://labcom.ubi.pt/manual-de-jornalismo-na-web/>. Acesso em: 4 fev. 2024.

CANAVILHAS, J.; BIOLCHI, B. Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo. **Mídia e Cotidiano**, v. 18, n. 2, p. 43-64, 2024. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/62654>. Acesso em: 28 maio 2024.

CARLSON, N. **My editor's note to the newsroom on AI: Let's think of it like a "bicycle of the mind"**. [s.d.]. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/how-insider-newsroom-will-use-ai-2023-4>. Acesso em: 6 ago. 2023.

CBC. How CBC News will manage the challenge of AI. CBC News, 12 jun. 2023. Disponível em: <https://www.cbc.ca/news/editorsblog/cbc-twitter-news-1.6873270>. Acesso em: 6 ago. 2023.

CHRISTOFOLETTI, R. (org.). **Credibilidade Jornalística**. Florianópolis: Insular, 2024. Disponível em: <https://insular.com.br/produto/credibilidade-jornalistica/>. Acesso em: 15 nov. 2024.

CHRISTOFOLETTI, R. **Por um novo código, por uma nova ética**. Observatório da Imprensa, n. 388, 4 jul. 2006. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/educacao-e-cidadania/caderno-da-cidadania/por-um-novo-codigo-por-uma-nova-etica/>. Acesso em: 25 nov. 2024.

CHRISTOFOLETTI, R.; PAUL, D.; BECKER, D. Transparência e ética jornalística: análise de códigos deontológicos nos maiores mercados de notícia latino-americanos. **Fronteiras - estudos midiáticos**, v. 23, n. 3, 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23023>. Acesso em: 14 jun. 2023.

CLAVERO, M. V. G. Agencias de noticias, su constante reinvención como estrategia para enfrentar la competencia. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v. 22, n. 1, p. 329-341, 2016. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/52599>. Acesso em: 16 fev. 2024.

CNET. **CNET's AI Policy**. CNET, jun. 2023. Disponível em: <https://www.cnet.com/ai-policy/>. Acesso em: 30 out. 2024.

COOLS, H.; DIAKOPOULOS, N. **Writing guidelines for the role of AI in your newsroom? Here are some, er, guidelines for that**. Nieman Lab, 11 jul. 2023. Disponível em: <https://www.niemanlab.org/2023/07/writing-guidelines-for-the-role-of-ai-in-your-newsroom-here-are-some-er-guidelines-for-that/>. Acesso em: 17 jul. 2023.

COPELAND, B. J.; PROUDFOOT, D. **On Alan Turing's anticipation of connectionism**. Synthese, v. 108, n. 3, p. 361-377, 1996. Disponível em: <https://link.springer.com/10.1007/BF00413694>. Acesso em: 27 set. 2024.

CTK. **CTK introduced rules for Utilizing AI Tools**. Czech News Agency, 24 abr. 2023. Disponível em: <https://www.ctk.eu/news/?id=3627>. Acesso em: 31 out. 2024.

CURTO NEWS. **Curto News começa a publicar textos produzidos por inteligência artificial com curadoria jornalística**. Curto News, 15 fev. 2023. Disponível em: <https://curtonews.com/tecnologia/curto-news-vai-publicar-textos-produzidos-por-inteligencia-artificial-com-curadoria-jornalistica/>. Acesso em: 14 jun. 2023.

DANTAS, N. A. Deontologia: a semente do exercício jornalístico. **Anais do 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Brasília: SBPJor, 2013. Disponível em: <https://conferencias.unb.br/index.php/ENPJor/XIENPJOR/paper/view/2320>. Acesso em: 13 jan. 2025.

DAVIES, R. T. **An update on the BBC's plans for Generative AI (Gen AI) and how we plan to use AI tools responsibly**. Media Centre, 28 fev. 2024. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/articles/2024/update-generative-ai-and-ai-tools-bbc/>. Acesso em: 3 mar. 2024.

DEFANTI, Francisco. Um ensaio sobre a autorregulação: características, classificações e exemplos práticos. **Revista de Direito Público da Economia - RDPE**, Belo Horizonte, ano 16, n. 63, p. 149-181, jul./set. 2018.

DE-LIMA-SANTOS, M.-F.; YEUNG, W. N.; DODDS, T. Guiding the way: a comprehensive examination of AI guidelines in global media. **AI & SOCIETY**, [s. l.], 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01973-5>. Acesso em: 3 jan. 2025.

DE VOLKSKRANT. **AI, kunstmatige intelligentie**. Disponível em: <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/2023/vk-protocol~v701017/#ai-kunstmatige-intelligentie>. Acesso em: 30 out. 2024.

DEV SPIEGEL. **Künstliche Intelligenz und der Journalismus: wie wir beim SPIEGEL darüber denken**. Medium, 12 jun. 2023. Disponível em: <https://devspiegel.medium.com/k%C3%BCnstliche-intelligenz-und-der-journalismus-wie-wir-beim-spiegel-dar%C3%BCber-denken-c83ee5c68965>. Acesso em: 30 out. 2024.

DIAKOPOULOS, N.; COOLS, H.; LI, C.; HELBERGER, N.; KUNG, E.; RINEHART, A.; GIBBS, L. **Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem**. AI, Media & Democracy Lab, 2024. Disponível em: <https://www.aim4dem.nl/out-now-generative-ai-in-journalism-the-evolution-of-newswork-and-ethics-in-a-generative-information-ecosystem/>. Acesso em: 29 maio 2024.

DÍAZ-CAMPO, J.; CHAPARRO-DOMÍNGUEZ, M.-Á. Periodismo Computacional y Ética: análisis de los códigos deontológicos de América Latina. **Revista ICONO 14**. **Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes**, v. 18, n. 1, p. 10-32, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1488>. Acesso em: 6 fev. 2024.

DÍAZ-NOCI, J. Inteligencia artificial, noticias y medios de comunicación: Una aproximación jurídica desde la perspectiva de la propiedad intelectual al concepto y atribución de autoría. **Textual & Visual Media**, v. 17, n. 1, p. 7-21, 2023. DOI: 10.56418/txt.17.1.2023.1. Disponível em: <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/320>. Acesso em: 2 fev. 2025.

DN. **Retningslinjer for redaksjonell bruk av kunstig intelligens (KI) i Dagens Næringsliv**. Dagens Næringsliv, 27 jun. 2023. Disponível em: <https://www.dn.no/teknologi/retningslinjer-for-redaksjonell-bruk-av-kunstig-intelligens-ki-i-dagens-naringsliv/2-1-1463963>. Acesso em: 31 out. 2024.

EBU. **News Report 2024: Trusted Journalism in the Age of Generative AI**. European Broadcasting Union, 25 jun. 2024. Disponível em:

<https://www.ebu.ch/guides/open/report/news-report-2024-trusted-journalism-in-the-age-of-generative-ai>. Acesso em: 29 out. 2024.

ESTADÃO. **Estadão define política de uso de ferramentas de inteligência artificial por seus jornalistas; veja**. Estadão, 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: 22 nov. 2023.

FAZ. **Frankfurter Allgemeine Zeitung - Anspruch, Arbeitsweise und Finanzierung**. Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20 set. 2018. Disponível em: <https://www.faz.net/aktuell/trust-initiative-frankfurter-allgemeine-zeitung-15798271.html>. Acesso em: 30 out. 2024.

FENGLER, S. **Accountability in Journalism**. Oxford Research Encyclopedia of Communication, 26 mar. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.772>.

FERRARI, J. N.; CHRISTOFOLETTI, R. Instrumentos e práticas de transparência jornalística: um breve mapeamento. **Ámbitos: Revista internacional de comunicación**, 2022. Disponível em: <https://idus.us.es/handle/11441/136620>. Acesso em: 27 maio 2024.

FOLHA DE S.PAULO. **Projeto Editorial - Manual de Redação - Inteligência Artificial**. Folha de S.Paulo, 26 mar. 2024. Disponível em: <https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/manual-de-redacao-conduta/inteligencia-artificial.shtml>. Acesso em: 5 out. 2024.

FORJA-PENA, T.; GARCÍA-OROSA, B.; LÓPEZ-GARCÍA, X. The Ethical Revolution: Challenges and Reflections in the Face of the Integration of Artificial Intelligence in Digital Journalism. **Communication & Society**, p. 237-254, 2024. Disponível em: <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/50022>. Acesso em: 7 jul. 2024.

FREHNER, M. **A note on AI and The Globe and Mail newsroom**. The Globe and Mail, 14 jun. 2023. Disponível em: <https://www.theglobeandmail.com/canada/article-a-note-on-ai-and-the-globe-and-mail-newsroom/>. Acesso em: 30 out. 2024.

GIOVINE, C.; ROBERTS, R.; POMETTI, M.; BANKHWAL, M. **Building AI trust: The key role of explainability**. McKinsey & Company, 26 nov. 2024. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/building-ai-trust-the-key-role-of-explainability>. Acesso em: 13 dez. 2024.

GOULD, S.; GERONIMO, J. **Opportunities and risks of multimodal AI for media**. Digital Content Next, 15 nov. 2023. Disponível em: <https://digitalcontentnext.org/blog/2023/11/15/opportunities-and-risks-of-multimodal-ai-for-media/>. Acesso em: 4 fev. 2025.

GROUPE LES ECHOS-LE PARISIEN **IA : Les engagements du groupe Les Echos-Le Parisien**. Groupe Les Echos-Le Parisien, 24 mai 2023. Disponível em: <https://pressroom-lesechos-leparisien.com/ia-les-engagements-du-groupe-les-echos-le-parisien/>. Acesso em: 30 out. 2024.

GRUPO GLOBO. **Princípios Editoriais do Grupo Globo - Seção III - O Uso de Inteligência Artificial no Jornalismo**. G1, 27 jun. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#secao-3>. Acesso em: 6 out. 2024.

GUESS, R. **La inteligencia artificial aviva el debate sobre la ética en las salas de redacción**. Voz de América, 23 jan. 2024. Disponível em: <https://www.vozdeamerica.com/a/la-ia-genera-debate-etica-salas-redaccion/7452188.html>. Acesso em: 25 jan. 2024.

HEATH, R. FISCHER, S. **Major newsrooms grapple with setting rules for AI use**. Axios, 22 ago. 2023. Disponível em: <https://www.axios.com/2023/08/22/ai-rules-newsrooms-training-data>. Acesso em: 17 out. 2023.

HEIDI.NEWS. **La rédaction de Heidi.news prend position sur l'usage des intelligences artificielles**. Heidi.news, 8 abr. 2023. Disponível em: <https://www.heidi.news/cyber/la-redaction-de-heidi-news-prend-position-sur-l-usage-des-intelligences-artificielles>. Acesso em: 6 ago. 2023.

HKFP. **HKFP Policies, Ethics & Best Practices**. Hong Kong Free Press, mar. 2020. Disponível em: <https://hongkongfp.com/hkfp-code-of-ethics-best-practices-standards-corrections/>. Acesso em: 6 ago. 2023.

IFJ. **Global Charter of Ethics for Journalists**. International Federation of Journalists, 12 jun. 2019. Disponível em: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists>. Acesso em: 8 fev. 2024.

IOSCOTE, F. C. **Produção de notícia ou de texto? Um estudo exploratório sobre potenciais e limitações do ChatGPT, Bard AI e MariTalk para o Jornalismo**. In: Anais do 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Campinas: Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/producao-de-noticia-ou-de-texto-um-estudo-exploratorio-sobre-potenciais-e-limita?lang=pt-br> Acesso em: 16 fev. 2024.

IOSCOTE, F. C.; MACEDO, K. C. A. Estratégias possíveis para o jornalismo digital a partir do The Trust Project. **Lumina**, v. 17, n. 2, p. 92-107, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/39504>.

IPPEN.MEDIA. **Die KI-Prinzipien von Ippen Digital**. 25 jun. 2024. Disponível em: <https://www.ippen.media/news/ki-prinzipien-ippen-digital-92499187.html>. Acesso em: 30 out. 2024.

JOURNALISTEN. **Journalistens AI-policy**. Journalisten, maio. 2023. Disponível em: <https://www.journalisten.se/journalistens-ai-policy/>. Acesso em: 31 out. 2024.

KAHN, G. **This newsroom has been experimenting with AI since 2020. Here is what they have learned**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 23 maio. 2024. Disponível em: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/newsroom-has-been-experimenting-ai-2020-here-what-they-have-learned>. Acesso em: 29 maio. 2024.

KASPER-CLARIDGE, M. **What is Deutsche Welle's approach to generative AI?**. DW, 19 set. 2023. Disponível em: <https://www.dw.com/en/what-is-deutsche-welles-approach-to-generative-ai/a-66868035>. Acesso em: 30 out. 2024.

KHALAF, R. **Letter from the editor on generative AI and the FT**. Financial Times, 26 maio. 2023. Disponível em: <https://www.ft.com/content/18337836-7c5f-42bd-a57a-24cdbd06ec51>. Acesso em: 14 jun. 2023.

KIESLICH, K.; DIAKOPOULOS, N.; HELBERGER, N. Anticipating impacts: using large-scale scenario-writing to explore diverse implications of generative AI in the news environment. **AI and Ethics**, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s43681-024-00497-4>. Acesso em: 5 jun. 2024.

KOHLER, N. **So verwenden wir Künstliche Intelligenz**. Tages Anzeiger, 3 jan. 2024. Disponível em: <https://www.tagesanzeiger.ch/ki-bei-tamedia-so-verwenden-wir-kuenstliche-intelligenz-591016935809>. Acesso em: 31 out. 2024.

KORKONOSENKO, S. Professional Deontology of Journalism: Moral Interpretation. **Journalism and Mass Communication**, vol. 3, n. 8, 477-485, 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/40113647/Professional_Deontology_of_Journalism_Moral_Interpretation>. Acesso em: 5 jan. 2025.

KREYE, A. **Wie die SZ künstliche Intelligenz nutzt**. Süddeutsche Zeitung Transparenz-Blog, 16 jun. 2023. Disponível em:

<https://www.sueddeutsche.de/projekte/artikel/kolumne/kuenstliche-intelligenz-ki-e903507/>. Acesso em: 30 out. 2024.

LATVALA, J. **The mirage in the trust desert: Challenging journalism's transparency infatuation**. Reuters Institute for the Study of Journalism, 29 ago. 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/mirage-trust-desert-challenging-journalistic-transparency>. Acesso em: 18 out. 2023.

LE FIGARO. **Charte IA**. Le Figaro, 12 dez. 2023. Disponível em: <https://mentions-legales.lefigaro.fr/le-figaro/charte-ia>. Acesso em: 30 out. 2024.

LE MONDE. **La Charte d'éthique et de déontologie du groupe Le Monde. Le Monde**, 3 nov. 2010. Disponível em: <https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2010/11/03/la-charte-d-ethique-et-de-deontologie-du-groupe-le-monde_1434737_3236.html>. Acesso em: 30 out. 2024.

MÄKINEN, E. **Median on käytettävä tekoälyä vastuullisesti – HS aloittaa tekoälyjournalismin kokeilun**. Helsingin Sanomat, 6 nov. 2023. Disponível em: <https://www.hs.fi/suomi/art-2000009970994.html>. Acesso em: 30 out. 2024.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisa no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [s. l.], v. 2, n. 2, p. 9–18, 2008.

MARTINS, J. C. **Reflexão sobre Deontologia e Ética**. Jusbrasil, 28 jul. 2023. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/reflexao-sobre-deontologia-e-etica/1913373816>. Acesso em: 13 jan. 2025.

MAZZOLI, E. **Digital Trust Initiatives: Seeking to Reward Journalistic Ethics Online**. Center for International Media Assistance, 21 set. 2023. Disponível em: <https://www.cima.ned.org/publication/digital-trust-initiatives/>. Acesso em: 27 maio. 2024.

MCTI. **Estratégia Brasileira de Inteligência Artificial (EBIA)**. Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, 6 abr. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/mcti/pt-br/acompanhe-o-mcti/transformacaodigital/inteligencia-artificial>. Acesso em: 28 out. 2024.

MCTI. **Plano Brasileiro de Inteligência Artificial (PBIA) 2024-2028**. Laboratório Nacional de Computação Científica - LNCC, 7 ago. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/lncc/pt-br/assuntos/noticias/ultimas-noticias-1/plano-brasileiro-de-inteligencia-artificial-pbia-2024-2028>. Acesso em: 30 ago. 2024.

MEIO. **Política de uso de Inteligência Artificial do Meio**. Canal Meio, 19 jun. 2024. Disponível em: <https://www.canalmeio.com.br/politica-de-uso-de-inteligencia-artificial-do-meio/>. Acesso em: 30 out. 2024.

MEIR, N. **Standards around generative AI**. The Associated Press, 15 ago. 2023. Disponível em: <https://blog.ap.org/standards-around-generative-ai>. Acesso em: 17 ago. 2023a.

MEIR, N. **AI guidance, terms added to AP Stylebook**. The Associated Press, 16 ago. 2023b. Disponível em: <https://blog.ap.org/ai-guidance-terms-added-to-ap-stylebook>. Acesso em: 21 ago. 2023.

NEWS/MEDIA ALLIANCE. **Global Principles on Artificial Intelligence (AI)**. News/Media Alliance, 6 set. 2023. Disponível em: <https://www.newsmediaalliance.org/global-principles-on-artificial-intelligence-ai/>. Acesso em: 18 out. 2023.

NOAIN-SÁNCHEZ, A. Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. **Communication & Society**, v. 35, n. 3, p. 105-121, 2022. Disponível em:

<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/41216>. Acesso em: 14 jun. 2023.

NORRIS, J. **Stuff and the machines - our policy on generative AI**. Stuff, 19 jun. 2023. Disponível em: <https://www.stuff.co.nz/technology/300909618/stuff-and-the-machines--our-policy-on-generative-ai>. Acesso em: 30 out. 2024.

NPO. **AI en de Publieke Omroep**. Nederlandse Publieke Omroep, 27 maio. 2024. Disponível em: <https://npo.nl/innovatie/nieuws/omroepbrede-uitgangspunten-voor-werken-met-ai>. Acesso em: 30 out. 2024.

NPR. **Special Section: Generative Artificial Intelligence**. NPR Ethics Handbook, 2023. Disponível em: <https://www.npr.org/about-npr/1205385162/special-section-generative-artificial-intelligence>. Acesso em: 30 out. 2024.

NÚCLEO JORNALISMO. **Política de uso de inteligência artificial**. Núcleo Jornalismo, 18 maio. 2023. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/politica-ia/>. Acesso em: 14 jun. 2023.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Projor anuncia Programa de Indicadores de Compromissos com o Público para sites de notícias**. Observatório da Imprensa, 19 set. 2024. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/projor-anuncia-programa-de-indicadores-de-compromissos-com-o-publico-para-sites-de-noticias/>. Acesso em: 20 set. 2024.

OKONKWO, P.; NJOKU, I. A.; OKONKWO, R. N. **Digital Media Ethics in Generative AI Journalism: A Framework for Accountability**. Preprints, 27 nov. 2024. Disponível em: <https://www.preprints.org/manuscript/202411.2157/v1>. Acesso em: 3 dez. 2024.

OLIVEIRA, G. **Análise comparativa entre estudos de caso e análise de conteúdo**. Relações Exteriores, 27 dez. 2021. Disponível em: <https://relacoesexteriores.com.br/comparativo-estudo-caso-analise-conteudo/>. Acesso em: 1 fev. 2025.

OLIVEIRA, M. R. O projeto de reestruturação do trabalho jornalístico na Folha de S.Paulo: racionalidade e gerenciamento. **Cadernos CERU**, v. 24, n. 2, p. 159-179, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ceru/article/view/87212>. Acesso em: 29 maio. 2024.

OPDAHL, A. L.; TESSEM, B.; DANG-NGUYEN, D.-T.; MOTTA, E.; SETTY, V.; THRONDSEN, E.; TVERBERG, A.; TRATTNER, C. Trustworthy journalism through AI. **Data & Knowledge Engineering**, [s. l.], v. 146, p. 102-182, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182>. Acesso em: 14 jun. 2023.

PATTIASINA, A. **So arbeiten wir mit Künstlicher Intelligenz**. Web.de, 11 jul. 2023. Disponível em: <https://web.de/magazine/so-arbeitet-die-redaktion/leitlinie-umgang-kuenstlicher-intelligenz-redaktion-38410396>. Acesso em: 30 out. 2024.

PAULINO, F. O.; GOMES, R. O. M. **Jornalismo e Accountability no Brasil: como jornalistas percebem e vivenciam a accountability no contexto brasileiro**. In: Anais do 6º Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo. São Paulo: Abraji, 2019. Disponível em: <https://seminario.abraji.org.br/wp-content/uploads/2023/04/FERNANDO_OLIVEIRA_PAULINO_et_al-Jornalismo_e_Accountability_no_Brasil.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2023.

PBS. **Applying Standards to Generative AI Tools**. Public Broadcasting Service, 29 set. 2023. Disponível em: <https://www.pbs.org/standards/blogs/standards-memos/applying-standards-to-generative-ai-tools/>. Acesso em: 30 out. 2024.

PEDLOWSKI, M. **Pandora Papers: Um tsunami de dados offshore**. Blog do Pedlowski, 3 out. 2021. Disponível em: <https://blogdopedlowski.com/2021/10/03/pandora-papers-um-tsunami-de-dados-offshore/>. Acesso em: 4 nov. 2024.

PODER360. **Princípios Editoriais**. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/politica-editorial/>. Acesso em: 18 jan. 2024.

PORLEZZA, C.; SCHAPALS, A. K. AI Ethics in Journalism (Studies): An Evolving Field Between Research and Practice. **Sage Journals**, v. 2, n. 3, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/27523543241288818>. Acesso em: 23 out. 2024.

RAABE, S. **Offen, verantwortungsvoll und transparent – Die Guidelines der dpa für Künstliche Intelligenz**. dpa innovation, 3 abr. 2023. Disponível em: <https://innovation.dpa.com/2023/04/03/kuenstliche-intelligenz-fuenf-guidelines-der-dpa/>. Acesso em: 30 out. 2024.

RADCLIFFE, D. **Journalism in the AI era: Opportunities and challenges in the Global South and emerging economies**. Thomson Reuters Foundation, 2025. Disponível em: <https://www.trust.org/resource/ai-revolution-journalists-global-south/>. Acesso em: 1 fev. 2025.

RAPPLER. **Guidelines on artificial intelligence**. Rappler, 12 set. 2023. Disponível em: <https://www.rappler.com/about/guidelines-artificial-intelligence-usage-development/>. Acesso em: 30 out. 2024.

RASCHE, F. Ética e deontologia : o papel das associações profissionais. **Revista ACB**, v. 10, n. 2, p. 175–188, 2006. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/426>. Acesso em: 25 nov. 2024.

RIBEIRO, M. C. P.; DINIZ, P. D. F. Compliance e Lei Anticorrupção nas Empresas. **Revista de Informação Legislativa**, v. 52, n. 205, p. 87-105, 2015. Disponível em:

<https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/52/205/ril_v52_n205_p87>. Acesso em: 18 jan. 2025.

RINGIER. **Ringier introduces clear guidelines for the use of artificial intelligence**. Ringier AG, 30 maio. 2023. Disponível em: <https://www.ringier.com/ringier-introduces-clear-guidelines-for-the-use-of-artificial-intelligence/>. Acesso em: 6 ago. 2023.

RODRÍGUEZ, G. **Medios de información: Las tendencias que guían un futuro de transformación**. KPMG, 30 jan. 2025. Disponível em: <https://kpmg.com/es/es/informes-publicaciones/2025/01/medios-informacion-tendencias-guian-futuro-transformacion.html>. Acesso em: 4 fev. 2025.

ROTHBERG, D.; GARRIDO, B. A. Jornalismo, gestão da qualidade e regulação: estudo comparado de 42 corporações de mídia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 85–97, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p85>. Acesso em: 23 maio. 2024.

RSF. **RSF e parceiros lançam comissão internacional para elaborar carta sobre IA na mídia.** Repórteres sem Fronteiras, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://rsf.org/pt-br/rsf-e-parceiros-lan%C3%A7am-comiss%C3%A3o-internacional-para-elaborar-carta-sobre-ia-na-m%C3%ADdia>. Acesso em: 31 jul. 2023.

RSF. **RSF and 16 partners unveil Paris Charter on AI and Journalism**. Reporters without Borders, 10 nov. 2023. Disponível em: <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>. Acesso em: 11 nov. 2023.

SAAD, E.; MASSA, J. P. M.; RAMOS, D. **The Trust Project: implementação e desafios de um projeto de transparência no jornalismo**. In: Anais do 21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: SBPJor, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/the-trust-project

-implementacao-e-desafios-de-um-projeto-de-transparencia-no-jor?lang=pt-br>. Acesso em: 27 mar. 2024.

SAAD, E.; CARNEIRO DOS SANTOS, M. Jornalismo, inteligência artificial e desinformação: avaliação preliminar do potencial de utilização de ferramentas de geração de linguagem natural, a partir do modelo GPT, para difusão de notícias falsas. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, v. 29, n. 4, p. 783-794, 12 dez. 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.5209/esmp.87965>. Acesso em: 18 mar. 2025

SABINO, V. J. B.; COLOMBO, M. E.; VARELA, U. N. O fazer jornalismo e a Inteligência Artificial: Usos do ChatGPT na produção de notícias. **Revista Comunicação Midiática**, v. 19, n. 1, p. 227–247, 2024. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/615>. Acesso em: 27 jan. 2025.

SALAVERRÍA, R.; BACHMANN, I.; MAGALLÓN ROSA, R. Desinformación y confianza en los medios: propuestas de actuación. **index.comunicación**, v. 14, n. 2, p. 13-32, 2024. Disponível em: <https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/1773>. Acesso em: 29 mar. 2025.

SANTOS, A. L. M. Uma nova ética para um novo jornalismo? Revisitando o imperativo da responsabilidade. **Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**, n. 9, p. 27-40, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.14195/2183-6019_9_2>. Acesso em: 17 jan. 2025.

SARON, E. **IA é caixa de Pandora que precisa de limites éticos**. Folha de S.Paulo, 16 dez. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2023/12/desenvolvimento-da-ia-deve-ter-limites-eticos.shtml>. Acesso em: 4 nov. 2024.

SCHIFFRIN, A. **AI and the future of journalism: an issue brief for stakeholders**. UNESDOC Digital Library, 2024. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000391214>. Acesso em: 22 set. 2024.

SCHORI, M. **Aftonbladets AI-policy – så förhåller vi oss till den nya tekniken**. Aftonbladet, 5 abr. 2023. Disponível em: <https://www.aftonbladet.se/a/76ydy9>. Acesso em: 5 nov. 2024.

SENADO FEDERAL. **Projeto de Lei n° 2338, de 2023**. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/157233>. Acesso em: 17 jul. 2023.

SHI, Y.; SUN, L. How Generative AI Is Transforming Journalism: Development, Application and Ethics. **Journalism and Media**, v. 5, n. 2, p. 582-594, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/journalmedia5020039>. Acesso em: 16 maio. 2024.

SIMON, F. M. **Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena**. Columbia Journalism Review, 6 fev. 2024. Disponível em: <https://www.cjr.org/tow_center_reports/artificial-intelligence-in-the-news.php/>. Acesso em: 6 fev. 2024.

SPAGNUOLO, S. **Núcleo publica política de uso de inteligência artificial**. Núcleo Jornalismo, 18 maio. 2023. Disponível em: <https://nucleo.jor.br/institucional/2023-05-18-nucleo-politica-uso-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

SQUIRRA, S. C.; CARREIRA, K. As inovações tecnológicas levam o jornalismo aos agentes autônomos artificiais. **Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v. 17, n. 33, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/22496>. Acesso em: 14 jun. 2023.

SRF. **KI-Handlungsanweisungen SRF**. Schweizer Radio und Fernsehen, 15 nov. 2024. Disponível em: <https://www.srf.ch/sendungen/hallosrf/publikumsfragen/struktur-technik/struktur-technik-wie-setzt-srf-kuenstliche-intelligenz-ein>. Acesso em: 31 out. 2024.

STRAUB, G. **Scaling responsible machine learning at the BBC**. British Broadcasting Corporation, 4 out. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/blogs/internet/entries/4a31d36d-fd0c-4401-b464-d249376aafd1>. Acesso em: 27 out. 2023.

STT. **Tekoäly tietotoimistossa: STT ei tingi uutisten aitoudesta**. Suomen Tietotoimisto, 22 jun. 2023. Disponível em: <https://stt.fi/tyylikirja/toimittajan-etiikka-ja-juridiikka/sttn-ohjeet-tekoalyn-hyodyntamiseen-uutistyossa/>. Acesso em: 30 out. 2024.

SVERIGES RADIO. **Därför publicerar Sveriges Radio en policy för generativ AI**. Sveriges Radio-bloggen, 7 jul. 2023. Disponível em: <https://sverigesradio.se/artikel/darfor-publicerar-sveriges-radio-en-policy-for-generativ-ai>. Acesso em: 31 out. 2024.

t-online. **t-online setzt sich Leitlinien im Umgang mit Künstlicher Intelligenz**. t-online, 6 jul. 2023. Disponível em: <https://www.t-online.de/ueber-t-online/id_100202008/t-online-klare-leitlinien-im-umgang-mit-kuenstlicher-intelligenz.html>. Acesso em: 30 out. 2024.

THE ASSOCIATED PRESS. **AP, Open AI agree to share select news content and technology in new collaboration**. AP Media Center, 13 jul. 2023. Disponível em: <https://www.ap.org/press-releases/2023/ap-open-ai-agree-to-share-select-news-content-and-technology-in-new-collaboration>. Acesso em: 14 jul. 2023.

THE ASSOCIATED PRESS. **News values and principles**. The Associated Press, 14 abr. 2020. Disponível em: <https://www.ap.org/about/news-values-and-principles/>. Acesso em: 18 out. 2023.

THE IRISH INDEPENDENT. **An AI Framework for Mediahuis**. The Irish Independent, 14 jun. 2023. Disponível em: <https://www.independent.ie/editorial/editorial/aiframework140623.pdf>. Acesso em: 28 out. 2024.

THE NEW YORK TIMES. **Principles for Using Generative A.I. in The Times's Newsroom**. The New York Times, 9 maio. 2024. Disponível em: <https://www.nytco.com/press/principles-for-using-generative-a%e2%80%a4i%e2%80%a4-in-the-timess-newsroom/>. Acesso em: 17 maio. 2024.

THE POYNTER INSTITUTE. **Poynter: When it comes to using AI in journalism, put audience and ethics first**. The Poynter Institute, 12 set. 2024. Disponível em: <https://www.poynter.org/ethics-trust/2024/poynter-when-it-comes-to-using-ai-in-journalism-put-audience-and-ethics-first/>. Acesso em: 2 nov. 2024.

THE TRUST PROJECT. **The 8 Trust Indicators**. Disponível em: <https://thetrustproject.org/trust-indicators/>. Acesso em: 14 jun. 2023.

THOMSON REUTERS. **Data and AI ethics principles**. Disponível em: <https://www.thomsonreuters.com/en/artificial-intelligence/ai-principles.html>. Acesso em: 6 ago. 2023.

TT NYHETSBYRÅN. **Allmänna villkor för TT Nyhetsbyrån - Policy för AI**. Disponível em: <https://tt.se/legal#policy-foer-ai>. Acesso em: 31 out. 2024.

TRENDS. **AI: redactioneel charter Roularta Media Group**. Disponível em: <https://trends.knack.be/ai-redactioneel-charter-roularta-media-group/>. Acesso em: 30 out. 2024.

UFARTE-RUIZ, M.-J.; MURCIA-VERDÚ, F.-J.; TÚÑEZ-LÓPEZ, J.-M. Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrooms without journalists. **Profesional de la información**, v. 32, n. 2, 2023. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87082>. Acesso em: 14 jun. 2023.

UNESCO. **Recomendação sobre a Ética da Inteligência Artificial**. UNESDOC Digital Library, 2022. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381137_por>. Acesso em: 15 nov. 2023.

UNESCO. **Reporting on artificial intelligence: a handbook for journalism educators**. UNESDOC Digital Library, 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384551>. Acesso em: 30 jun. 2023.

USA TODAY. **Ethical Guidelines and Policy for Gannett Journalists Regarding AI-Generated or Assisted Content**. USA Today, 4 dez. 2023. Disponível em: <https://cm.usatoday.com/ethical-conduct/>. Acesso em: 30 out. 2024.

VEIGA, C. **To build trust in the age of AI, journalists need new standards and disclosures**. The Poynter Institute, 28 abr. 2023. Disponível em: <https://www.poynter.org/commentary/2023/jouranlism-artificial-intelligence-ethical-uses/>. Acesso em: 6 ago. 2023.

VICENTE, P. N.; FLORES, A. M. M. Inteligência Artificial e Jornalismo: temas emergentes (2015-2020). Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/354477758_INTELIGENCIA_ARTIFICIAL_E_JORNALISMO_TEMAS_EMERGENTES_2015-2020>. Acesso em: 14 jun. 2023.

VIEIRA, J. B.; CAMPOS, P. M. A.; ALCÂNTARA, R. R. B.; MELO, C. A. V. O sandbox regulatório como instrumento de incentivo à inovação no Brasil: Os casos do Banco Central do Brasil, da Comissão de Valores Mobiliários e da Superintendência de Seguros Privados. **Revista do TCU**, v. 153, p. 336-362, 2024. Disponível em: <https://revista.tcu.gov.br/ojs/index.php/RTCU/article/view/2129>. Acesso em: 4 fev. 2025.

VG. **Redaksjonelle retningslinjer for AI i VG**. Verdens Gang, 12 abr. 2023. Disponível em: <https://www.vg.no/informasjon/redaksjonelle-avgjorelser/188>. Acesso em: 6 ago. 2023.

WALSH, L. **New research: Journalists should disclose their use of AI. Here's how**. Trusting News, 25 set. 2024. Disponível em: <https://trustingnews.org/trusting-news-artificial-intelligence-ai-research-newsroom-cohort/>. Acesso em: 5 out. 2024.

WBUR. **Generative Artificial Intelligence**. 8 maio. 2024. Inside WBUR, 2024. Disponível em: <https://www.wbur.org/inside/2024/05/08/ethics-guide-generative-artificial-intelligence>. Acesso em: 29 maio. 2024.

WIRED. **How WIRED Will Use Generative AI Tools**. Wired, 17 mar. 2023. Disponível em: <https://www.wired.com/about/generative-ai-policy/>. Acesso em: 14 jun. 2023.

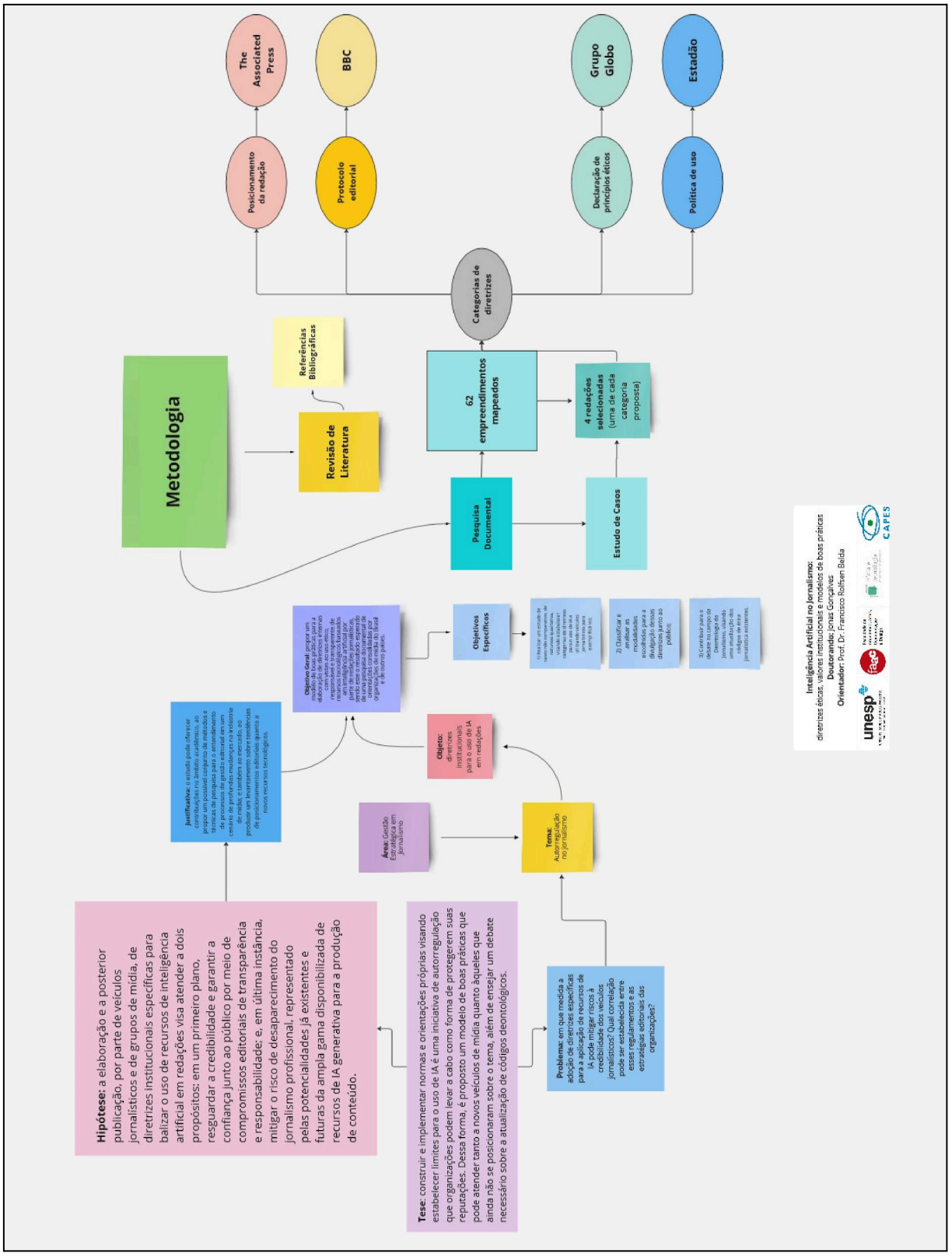
YEE, L.; ROBERTS, R.; POMETTI, M.; XU, S. **What are AI guardrails?**. McKinsey & Company, 14 nov. 2024. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-are-ai-guardrails>. Acesso em: 1 dez. 2024.

YLE. **Yle's principles for responsible AI**. Disponível em: <https://yle.fi/aihe/a/20-10005660>. Acesso em: 30 out. 2024.

ZANDOMÊNICO, R. Inteligência Artificial e Jornalismo: implicações na redação de notícias e na aquisição do conhecimento. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, v. 9, n. 2, 2022. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/21397>. Acesso em: 6 ago. 2023.

ANEXOS

Anexo A - Mapa do roteiro da tese (feito na plataforma Miro)



Anexo B - Planilha com dados dos veículos jornalísticos e grupos de mídia mapeados (elaborada no Microsoft Excel)

Diretrizes Institucionais para Uso de Inteligência Artificial - Veículos Jornalísticos e Grupos de Mídia					Casos selecionados para estudo	
Veículo/Grupo	**Tipo**	**País**	**Categoria**	**Publicação**	**Atualização**	**Documento**
Aftenposten	Jornal	Noruega	Declaração de Princípios Éticos	26.9.2023	N/A	Link
Aftonbladet	Jornal	Suécia	Política de Uso	5.4.2023	30.8.2024	Link
Agence France-Presse (AFP)	Agência de Notícias	França	Declaração de Princípios Éticos	18.9.2023	N/A	Link
Agência Pública	Nativo Digital	Brasil	Política de Uso	26.10.2023	N/A	Link
Agência Tatu	Nativo Digital	Brasil	Política de Uso	11.10.2023	N/A	Link
Aktuell Hållbarhet	Revista	Suécia	Política de Uso	N/A	N/A	Link
Algemeen Nederlands Persbureau (ANP)	Agência de Notícias	Países Baixos	Protocolo Editorial	3/4.2023	N/A	Link
Aos Fatos	Nativo Digital	Brasil	Política de Uso	7.7.2024	17.7.2024	Link
Austria Presse Agentur (APA)	Agência de Notícias	Áustria	Política de Uso	7.2023	N/A	Link
AzMina	Nativo Digital	Brasil	Política de Uso	14.12.2023	N/A	Link
Bayerischer Rundfunk (BR)	Grupo de Mídia	Alemanha	Declaração de Princípios Éticos	30.11.2020	12.07.2024	Link
British Broadcasting Corporation (BBC)	Grupo de Mídia	Reino Unido	Protocolo Editorial	5.10.2023	28.2.2024	Link
Business Insider	Nativo Digital	EUA	Posicionamento da Redação	13.4.2023	N/A	Link
Canadian Broadcasting Corporation (CBC)	Grupo de Mídia	Canadá	Posicionamento da Redação	12.6.2023	N/A	Link
Česká tisková kancelář (ČTK)	Agência de Notícias	Tchéquia	Protocolo Editorial	24.4.2023	N/A	Link
CNET	Nativo Digital	EUA	Política de Uso	6.2023	7.2024	Link
Dagens Næringsliv (DN)	Jornal	Noruega	Protocolo Editorial	27.6.2023	25.10.2023	Link
De Volkskrant	Jornal	Países Baixos	Protocolo Editorial	1.5.2023	N/A	Link
Der Spiegel	Grupo de Mídia	Alemanha	Posicionamento da Redação	12.6.2023	N/A	Link
Deutsche Presse Agentur (DPA)	Agência de Notícias	Alemanha	Posicionamento da Redação	3.4.2023	N/A	Link
Deutsche Welle (DW)	Grupo de Mídia	Alemanha	Posicionamento da Redação	19.9.2023	N/A	Link
Financial Times (FT)	Jornal	Reino Unido	Posicionamento da Redação	26.5.2023	N/A	Link
Folha de S.Paulo	Jornal	Brasil	Protocolo Editorial	26.3.2024	N/A	Link
Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)	Jornal	Alemanha	Declaração de Princípios Éticos	N/A	N/A	Link
Grupo Globo	Grupo de Mídia	Brasil	Declaração de Princípios Éticos	27.6.2024	N/A	Link
Heidi.news	Nativo Digital	Suíça	Declaração de Princípios Éticos	8.4.2023	11.4.2023	Link
Helsingin Sanomat (HS)	Jornal	Finlândia	Posicionamento da Redação	6.11.2023	N/A	Link
Hong Kong Free Press (HKFP)	Nativo Digital	China	Declaração de Princípios Éticos	17.10.2023	N/A	Link
Ippen.Media	Grupo de Mídia	Alemanha	Declaração de Princípios Éticos	4.9.2023	25.6.2024	Link
Journalisten	Grupo de Mídia	Suécia	Política de Uso	5.2023	N/A	Link
Le Figaro	Jornal	França	Protocolo Editorial	12.12.2023	N/A	Link

Anexo B - Planilha com dados dos veículos jornalísticos e grupos de mídia mapeados (elaborada no Microsoft Excel)

Le Monde	Grupo de Mídia	França	Declaração de Princípios Éticos	13.3.2024	N/A	Link
Les Echos - Le Parisien	Grupo de Mídia	França	Protocolo Editorial	24.5.2023	N/A	Link
Mediahuis	Grupo de Mídia	Bélgica	Declaração de Princípios Éticos	14.6.2023	N/A	Link
Meio	Nativo Digital	Brasil	Política de Uso	19.6.2024	N/A	Link
National Public Radio (NPR)	Rádio	EUA	Declaração de Princípios Éticos	N/A	N/A	Link
Nederlandse Publieke Omroep (NPO)	Grupo de Mídia	Países Baixos	Declaração de Princípios Éticos	27.5.2024	N/A	Link
Núcleo	Nativo Digital	Brasil	Política de Uso	18.5.2023	7.10.2024	Link
O Estado de S. Paulo (OESP)	Grupo de Mídia	Brasil	Política de Uso	22.11.2023	23.11.2023	Link
Public Broadcasting Service (PBS)	Televisão	EUA	Política de Uso	29.9.2023	N/A	Link
Rappler	Nativo Digital	Filipinas	Política de Uso	12.9.2023	N/A	Link
Ringier	Grupo de Mídia	Suíça	Declaração de Princípios Éticos	30.5.2023	N/A	Link
Roularta Media Group (RMG)	Grupo de Mídia	Bélgica	Protocolo Editorial	N/A	N/A	Link
Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)	Grupo de Mídia	Suíça	Declaração de Princípios Éticos	9.2.2024	N/A	Link
Stuff	Grupo de Mídia	Nova Zelândia	Posicionamento da Redação	19.6.2023	N/A	Link
Süddeutsche Zeitung (SZ)	Jornal	Alemanha	Posicionamento da Redação	16.6.2023	N/A	Link
Suomen Tietotoimisto (STT)	Agência de Notícias	Finlândia	Protocolo Editorial	22.6.2023	N/A	Link
Sveriges Radio	Rádio	Suécia	Política de Uso	6.7.2023	N/A	Link
t-online	Nativo Digital	Alemanha	Política de Uso	6.7.2023	N/A	Link
Tamedia	Grupo de Mídia	Suíça	Posicionamento da Redação	3.1.2024	27.6.2024	Link
The Associated Press (AP)	Agência de Notícias	EUA	Posicionamento da Redação	15.8.2023	8.5.2024	Link
The Globe and Mail	Jornal	Canadá	Protocolo Editorial	14.6.2023	15.6.2023	Link
The Guardian	Jornal	Reino Unido	Declaração de Princípios Éticos	16.6.2023	N/A	Link
The New York Times (NYT)	Jornal	EUA	Declaração de Princípios Éticos	9.5.2024	N/A	Link
Thomson Reuters	Grupo de Mídia	Canadá	Declaração de Princípios Éticos	N/A	N/A	Link
TT Nyhetsbyran	Agência de Notícias	Suécia	Política de Uso	N/A	N/A	Link
USA Today	Jornal	EUA	Declaração de Princípios Éticos	27.4.2023	4.12.2023	Link
Verdens Gang (VG)	Jornal	Noruega	Política de Uso	12.4.2023	N/A	Link
WBUR	Rádio	EUA	Política de Uso	8.5.2024	N/A	Link
Web.de/GMX/1&1	Nativo Digital	Alemanha	Protocolo Editorial	11.7.2023	N/A	Link
Wired	Revista	EUA	Política de Uso	17.3.2023	22.5.2023	Link
Yle	Grupo de Mídia	Finlândia	Declaração de Princípios Éticos	N/A	N/A	Link

Anexo C - Reprodução — traduzida para o português — das diretrizes de uso de IA (e de suas atualizações) da agência de notícias *The Associated Press* (AP), publicadas no formato de posicionamento da redação

---

The Definitive Source
Postado em **Por trás das notícias**

Padrões em torno da IA generativa[78]

15 de agosto de 2023, por Nicole Meir

Precisão, justiça e velocidade são os valores orientadores da reportagem da AP, e acreditamos que o uso consciente da inteligência artificial pode servir a esses valores e, com o tempo, melhorar a forma como trabalhamos.

No entanto, o papel central do jornalista da AP – recolher, avaliar e ordenar fatos em notícias, vídeos, fotografias e áudios para os nossos membros e clientes – não mudará. Não vemos de forma alguma a IA como um substituto dos jornalistas.

É responsabilidade dos jornalistas da AP prestar contas pela precisão e justiça das informações que compartilhamos.

Como sempre, nosso jornalismo segue a **Declaração de Valores e Princípios de Notícias da AP**. Também desenvolvemos orientações para o uso da inteligência artificial generativa, incluindo como e quando ela deve ser usada:

---

[78] Versão original (em inglês) disponível em: <https://www.ap.org/the-definitive-source/behind-the-news/standards-around-generative-ai/>.

- A AP tem um acordo de licenciamento com a OpenAI, criadora do ChatGPT, e embora a equipe da AP possa experimentar o ChatGPT com cautela, ela não o utiliza para criar conteúdo publicável.

- Qualquer resultado de uma ferramenta generativa de IA deve ser tratado como material de origem não avaliado. A equipe da AP deve aplicar seu julgamento editorial e os padrões de fornecimento da AP ao considerar qualquer informação para publicação.

- De acordo com os nossos padrões, não alteramos nenhum elemento das nossas fotos, vídeos ou áudios. Portanto, não permitimos o uso de IA generativa para adicionar ou subtrair quaisquer elementos.

- Vamos nos abster de transmitir quaisquer imagens geradas por IA que sejam suspeitas ou comprovadamente representações falsas da realidade. No entanto, se uma ilustração ou obra de arte gerada por IA for o tema de uma notícia, ela poderá ser usada, desde que claramente identificada como tal na legenda.

- Pedimos aos funcionários que não coloquem informações confidenciais ou sensíveis em ferramentas de IA.

- Também encorajamos os jornalistas a exercerem a devida cautela e diligência para garantir que o material que chega à AP vindo de outras fontes também esteja livre de conteúdo gerado por IA.

- A IA generativa torna ainda mais fácil para as pessoas espalhar intencionalmente conteúdos falsos e desinformação através de palavras, fotos, vídeos ou áudios alterados, incluindo conteúdos que podem não apresentar sinais de alteração, parecendo realistas e autênticos. Para evitar a utilização inadvertida de tal conteúdo, os jornalistas devem exercer a mesma cautela e ceticismo que normalmente teriam, inclusive tentando identificar a fonte do conteúdo original, fazendo uma pesquisa reversa de imagens para

ajudar a verificar a origem de uma imagem e checando se há reportagens com conteúdo semelhante de mídia confiável.

Se os jornalistas tiverem alguma dúvida sobre a autenticidade do material, não deverão utilizá-lo.

The Definitive Source
Postado em **Por trás das notícias**

Atualizações nos padrões de IA generativa[79]

8 de maio de 2024, por Nicole Meir

A AP atualizou hoje suas orientações sobre o uso de IA generativa na reportagem para permitir alguma experimentação em torno do uso da tecnologia em casos de uso específicos.

Em cada caso, o conteúdo começa com o trabalho de um jornalista da AP, e um jornalista da AP irá editar e examinar o conteúdo antes da publicação.

Três áreas onde a AP fará experiências com IA generativa são:

- **Traduções de reportagens da AP em inglês para espanhol:** As traduções serão baseadas em reportagens da AP e um modelo de IA será usado visando convertê-las para o espanhol. Um membro da equipe de tradução do idioma espanhol da AP editará a cópia conforme necessário antes de transmiti-la aos clientes. As traduções podem representar uma mudança considerável em uma história. Para traduções, a AP indicará claramente o uso da tecnologia.

[79] Versão original (em inglês) disponível em: <https://www.ap.org/the-definitive-source/behind-the-news/updates-to-generative-ai-standards/>.

- **Criação de resumos de notícias:** depois que uma história é escrita por um jornalista da AP, um modelo de IA fornecerá um resumo automatizado, que será editado por um jornalista da AP conforme necessário antes de ser enviado aos clientes.

- **Escrever manchetes:** um modelo de IA irá sugerir manchetes para algumas histórias, que serão revisadas por um editor e editadas conforme for necessário antes da publicação.

Precisão, justiça e rapidez continuam a ser os valores orientadores da reportagem da AP. Embora o uso consciente da IA possa servir a estes valores, em última análise, é atribuição de cada jornalista da AP ser responsável pela precisão e justiça das informações compartilhadas com os nossos clientes e públicos.

A orientação atualizada é o resultado de um extenso trabalho entre as equipes de padrões, produtos e tecnologia com o objetivo de identificar usos de IA generativa para tornar o jornalismo da AP mais eficiente e eficaz.

O papel central do jornalista da AP – reunir, avaliar e editar notícias, vídeos, fotografias e áudios para os nossos membros e clientes, e apresentá-los nas nossas plataformas – não mudará.

Anexo D - Reprodução — traduzida para o português — das diretrizes de uso de IA do grupo de mídia *British Broadcasting Corporation* (BBC), publicadas no formato de protocolo editorial

---

Orientação: O uso de Inteligência Artificial[80]

Conteúdo

1. Introdução
2. O que é Inteligência Artificial (IA)?
3. Questões editoriais no uso de IA
4. Viés algorítmico e dados de treinamento
5. Alucinações
6. Plágio e mimetismo
7. Questões não editoriais no uso de IA
8. Buscando orientação
9. Casos de uso

[80] Versão original (em inglês) disponível em: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidance/use-of-artificial-intelligence>.

1. Introdução

A evolução da IA em todas as suas formas oferece enormes oportunidades para criatividade, inovação e melhoria da produtividade em todas as áreas da BBC.

No entanto, também pode representar riscos significativos. Sempre que qualquer forma de IA – IA generativa ou IA de forma mais ampla – for usada para criar, apresentar ou distribuir conteúdo, ela deverá cumprir as Diretrizes Editoriais da BBC e seus valores editoriais.

O ritmo da mudança na inteligência artificial, a gama de diferentes utilizações e a potencial ausência de supervisão humana levantam sérios desafios à sua implantação pela BBC e à forma como esta gere o seu desenvolvimento futuro.

A BBC deixou claro que a utilização da IA estará sempre alinhada com os seus valores de serviço público, dará prioridade ao talento e à criatividade e será aberta e responsável.

O uso da IA pela BBC deve:

- nunca prejudicar a confiança do público.

- ser sempre transparente e responsável com uma supervisão humana eficaz e informada.

- ser sempre utilizada de forma consistente com os valores editoriais da BBC, em particular os de precisão, imparcialidade, justiça e privacidade.

Esta Orientação pretende descrever como a IA pode ser usada pela BBC e por todos aqueles que fornecem conteúdo à BBC, de maneira consistente com as Diretrizes Editoriais e os valores editoriais da BBC.

Fornece conselhos sobre onde, quando e como devem ser obtidos conselhos adicionais em qualquer fase sobre qualquer proposta de utilização editorial da IA.

Para funcionários e freelancers que trabalham para a BBC, esta Orientação deve ser lida juntamente com o **Manual de IA da BBC: Como usar a IA com responsabilidade**, que descreve as principais questões não editoriais a serem consideradas e os processos que devem ser seguidos por todos os usuários de IA.

À medida que a experiência, o conhecimento e a tecnologia mudam, estas orientações serão atualizadas regularmente.

2. O que é Inteligência Artificial (IA)?

A inteligência artificial pode ser definida como um sistema baseado em máquina que pode executar tarefas comumente associadas à inteligência humana, incluindo a criação de conteúdo, previsões e/ou decisões.

A IA generativa pode ser definida como um tipo de inteligência artificial capaz de criar texto, imagens, fala, música, vídeo e código em resposta às solicitações de um usuário.

3. Questões editoriais no uso de IA

Sempre que o uso de IA é proposto, os criadores de conteúdo, curadores de conteúdo ou equipes de produto devem primeiro considerar se tanto a implantação da IA em princípio quanto o produto ou ferramenta específica são apropriados para a tarefa que devem realizar.

Devem também estar cientes de que a IA também pode ser integrada em ferramentas fornecidas por fornecedores externos ou em ferramentas que estão abertamente disponíveis na Internet.

Qualquer uso de IA pela BBC na criação, apresentação ou distribuição de conteúdo deve ser consistente com as Diretrizes Editoriais, incluindo os princípios de imparcialidade, precisão, justiça e privacidade.

Qualquer uso de IA pela BBC na criação, apresentação ou distribuição de conteúdo deve incluir supervisão e aprovação editorial humana ativa, apropriada à natureza de seu uso e condizente com as Diretrizes Editoriais.

Por exemplo, a supervisão de um mecanismo de recomendação pode ser de alto nível para garantir que o seu resultado seja consistente com as Diretrizes Editoriais. Mas quando uma IA é utilizada na análise de dados para um projeto jornalístico, a supervisão humana deve envolver-se no resultado detalhado.

Em todos os casos, deve haver uma figura editorial sênior que seja responsável por supervisionar sua implantação e uso contínuo. Os gerentes de linha editorial também devem certificar-se de que estão cientes e gerenciam de forma eficaz qualquer uso de IA por suas equipes.

Qualquer uso de IA pela BBC na criação, apresentação ou distribuição de conteúdo deve ser transparente e claro para o público. O público deve ser informado de uma forma adequada ao contexto e pode ser útil explicar não apenas que a IA foi utilizada, mas como e porquê foi utilizada.

Deve-se ter cuidado especial com o uso de conteúdo de IA destinado a menores de 18 anos.

4. Viés algorítmico e dados de treinamento

Os resultados produzidos pela IA são determinados tanto pelo algoritmo por trás dela quanto pelos dados nos quais ela foi treinada. Tanto o algoritmo quanto os dados de treinamento podem introduzir preconceitos ou imprecisões nos resultados da IA.

Por exemplo, uma utilização precoce de software de reconhecimento facial num sistema de renovação de passaportes do Reino Unido revelou dificuldade em identificar alguns tons de pele, o que impossibilitou que esses indivíduos renovassem o seu passaporte *online*.

Qualquer utilização proposta de qualquer IA deve considerar se quaisquer preconceitos inerentes afetam a sua implantação pela BBC e, portanto, se é uma ferramenta apropriada.

5. Alucinações

A IA generativa opera prevendo respostas prováveis a consultas ou instruções, com base na natureza do seu algoritmo e dados de treinamento - em vez de fornecer conteúdo ou respostas que sejam necessariamente precisas em termos factuais.

Qualquer utilização proposta de IA generativa deve ter em conta o potencial de que o conteúdo apresentado como preciso pode, na realidade, ser uma criação do algoritmo e ser uma “alucinação” ou uma invenção sem base em fatos.

6. Plágio e mimetismo

Da mesma forma, a IA generativa pode simplesmente adaptar o conteúdo de uma pesquisa na web ou de um banco de dados de conteúdo confiável e apresentá-lo como original.

Qualquer utilização proposta de IA deve ter em conta o potencial de que o conteúdo apresentado como original possa, na realidade, ser plagiado ou imitado.

A BBC também tem a responsabilidade de considerar não apenas os direitos dos criadores e artistas na utilização da IA, mas também de não comprometer o papel que desempenham na comunidade criativa mais ampla. Qualquer utilização da IA deve considerar os direitos dos talentos e dos colaboradores, ao mesmo tempo em que permite a utilização criativa de novas formas de expressão.

7. Questões não editoriais no uso de IA

Existem também questões não editoriais importantes que devem ser consideradas em qualquer proposta de utilização responsável da IA.

Pode haver questões de direitos legais e comerciais que afetem se o usuário da IA ou o desenvolvedor da IA são proprietários ou responsáveis por qualquer resultado criado por ela.

Da mesma forma, qualquer informação inserida numa IA pode ser utilizada pelo criador dessa IA para treiná-la ainda mais ou ser partilhada com terceiros.

Isto pode suscitar preocupações significativas em matéria de proteção de dados ou de segurança da informação em torno, por exemplo, de informações confidenciais ou comerciais, de conteúdos protegidos por direitos de autor ou de qualquer entrada de dados pessoais, produzida ou interagida com resultados de qualquer ferramenta.

8. Buscando orientação

Para funcionários e freelancers que trabalham para a BBC, uma proposta de utilização de IA deve primeiro ser encaminhada a uma figura editorial sênior, que deve consultar a Política Editorial. A Política Editorial pode considerar encaminhar os usos e questões propostas ao Grupo Consultivo de Risco de IA (AIRA, na sigla em inglês), especialmente questões não editoriais.

O AIRA inclui especialistas no assunto sobre risco de IA de toda a BBC, incluindo questões jurídicas, proteção de dados, assuntos comerciais e de negócios e segurança da informação, bem como política editorial. Esta abordagem multidisciplinar reflete a gama de diferentes questões que informam muitas implantações de IA. O Grupo Consultivo de Risco de IA é capaz de fornecer conselhos detalhados sobre os riscos editoriais e não editoriais no uso da IA.

9. Casos de uso

9.1 Usando IA generativa para criar conteúdo

A IA generativa não deve ser utilizada para criar diretamente conteúdos noticiosos publicados ou transmitidos pela BBC News/Nations, assuntos atuais ou jornalismo factual, a menos que seja o tema do conteúdo e a sua utilização seja ilustrativa. Isenções, como na criação de gráficos, podem ser consideradas sujeitas a um processo piloto.

A utilização de ferramentas de IA para criar meios de comunicação social pode ser considerada caso a sua utilização não desafie o significado editorial do conteúdo, não distorça o significado dos acontecimentos, não altere o impacto de material genuíno ou de outra forma induza materialmente o público a erro.

Exemplos de uso aceitável podem incluir a criação de uma voz sintetizada para fornecer conteúdo baseado em texto, onde não se procura replicar a voz de outro indivíduo, ou um rosto “deepfake” usado para preservar o anonimato num documentário.

Vídeos e imagens estáticas de notícias, assuntos atuais e jornalismo factual não devem ser manipulados além de um corte compreensível e pequenos ajustes de brilho e contraste.

Quaisquer opções de IA generativa fornecidas em software de edição, como - mas não apenas - o "preenchimento generativo", que permite a adição ou remoção de conteúdo em imagens ou vídeos, só devem ser usadas quando a sua utilização não induzir materialmente o público a erro.

Sempre que estas técnicas forem utilizadas, elas deverão ser sinalizadas ao público de maneira apropriada.

9.2 Uso de IA para apoiar produção editorial ou pesquisa

A IA generativa ou as ferramentas orientadas pela IA podem ser consideradas para utilização como parte do processo de produção, quando não criam diretamente conteúdo para publicação, mas fornecem informações, insights ou análises que podem ajudar nesse processo.

No entanto, é importante considerar o nível de automatização relevante para o significado editorial da tarefa em execução. Usar IA generativa para estimular a criatividade, como por meio de storyboards ou técnicas de ideação, pode apresentar um risco baixo.

Por outro lado, usá-lo para analisar dados pode fornecer resultados editoriais diferentes ou potencialmente inadequados, dependendo do algoritmo específico e dos dados com os quais este foi treinado.

Da mesma forma, qualquer uso de tecnologias de transcrição exigiria uma cuidadosa supervisão editorial humana.

Qualquer uso de IA generativa ou de ferramentas orientadas por IA deve ser monitorado ativamente e os resultados devem ser avaliados posteriormente pela supervisão editorial humana antes de serem empregados no conteúdo da BBC.

A Política Editorial e, potencialmente, o Grupo Consultivo de Risco de IA devem ser consultados sempre que for proposta a utilização de ferramentas de IA desta forma, quer tenham sido desenvolvidas internamente ou adquiridas de fontes externas.

Quaisquer ferramentas externas de IA utilizadas devem ser autorizadas de acordo com a autorização de software ou processos de aquisição existentes da BBC, antes de serem utilizadas.

9.3 Usando IA para distribuir ou selecionar conteúdo

A BBC já está usando IA em mecanismos de personalização e recomendação para selecionar conteúdo para o público em plataformas como iPlayer e Sounds.

Os produtos que distribuem conteúdo desta forma são considerados uma experiência editorial e, portanto, estão sujeitos à aprovação editorial e à supervisão humana.

À medida que mais e mais sofisticados produtos são desenvolvidos, eles devem ser consistentes com os valores editoriais da BBC, incluindo imparcialidade, justiça, e como lidar com danos e ofensas.

Existem considerações específicas em torno da denúncia de crimes e de processos judiciais, onde as questões de desacato podem ser um risco se for recomendado um conteúdo que possa ser prejudicial a um julgamento justo. Deve-se procurar aconselhamento da equipe jurídica do programa.

Existem também riscos acrescidos à imparcialidade durante os períodos eleitorais.

9.4 Uso de IA por terceiros, incluindo produtores independentes

A BBC deve ter especial cuidado com a forma como a IA pode ter sido utilizada em conteúdos que adquiriu ou que lhe foram fornecidos por terceiros, quer essa utilização tenha sido ou não deliberada ou inadvertida.

As produtoras independentes ou qualquer pessoa contratada para produzir conteúdo para a BBC que envolva o uso de IA deve fazê-lo de maneira consistente com as Diretrizes Editoriais e os processos relevantes descritos nesta Orientação, incluindo os princípios de imparcialidade, precisão, justiça e privacidade.

Uma figura editorial sênior, responsável pela conformidade dentro da equipe de produção, deve ser responsável pelo uso da IA.

Qualquer proposta de uso de IA, onde possa haver um impacto material no conteúdo para o público da BBC, deve ser discutida como parte do processo de comissionamento. As produtoras independentes devem entrar em contato com seu executivo comissionador quando precisarem de orientação, que por sua vez poderá consultar a Política Editorial.

A BBC também deve estar ciente do potencial uso de IA em conteúdos adquiridos e garantir que a sua transmissão ou publicação esteja em conformidade com esta orientação.

Os produtores da BBC também devem estar atentos ao uso de IA ou mídia sintética em material de fontes externas usado como parte do conteúdo da BBC, por exemplo, em conteúdo gerado pelo usuário. Eles devem sempre autenticar cuidadosamente o conteúdo gerado pelo usuário e devem consultar especialistas no UGC Hub/BBC Verify.

(atualizada mais recentemente em fevereiro de 2024)

Anexo E - Reprodução das diretrizes de uso de IA publicadas pelo *Grupo Globo* no formato de uma declaração de princípios éticos

---

Princípios Editoriais do Grupo Globo

Seção III - O Uso de Inteligência Artificial no Jornalismo[81]

A busca por inovação e a adoção das mais avançadas ferramentas da tecnologia para o jornalismo são uma prioridade no Grupo (ver seção I, parte 3-a). É com esse mesmo espírito que abordamos o uso de Inteligência Artificial no exercício do jornalismo. 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, mas não altera os valores que norteiam o exercício do jornalismo profissional. O Grupo Globo adota a inteligência artificial como meio para aprimorar a qualidade do jornalismo, mantendo o compromisso com a isenção, correção e agilidade manifestado neste documento. Os jornalistas são encorajados a testar e adotar ferramentas de IA que auxiliem nos processos de apuração, produção e distribuição, respeitando as orientações aqui expostas:

1) Transparência e supervisão humana:

a) Os jornalistas do Grupo Globo sempre adotarão ferramentas de inteligência artificial como um meio para produzir informação de qualidade: isenta, correta e prestada com rapidez.

[81] Versão original disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#secao-3>.

b) O uso de inteligência artificial deve sempre ser supervisionado por um humano, e nenhum conteúdo produzido com a tecnologia deve ser veiculado sem essa supervisão. Isso não significa que cada conteúdo gerado de forma automatizada passará por uma revisão humana antes de ser veiculado. Essa obrigação tornaria inócua boa parte da eficiência e abrangência permitidas pelo uso da ferramenta. A correção e a qualidade desses conteúdos serão garantidas por supervisão de processos, leituras por amostragem e outras formas de checagem. Isso não diminui em nada a responsabilidade do jornalista: todos os envolvidos na produção desses conteúdos – assim como acontece com toda reportagem – são responsáveis pelo resultado. A supervisão humana, então, deve ser entendida como o monitoramento do uso da inteligência artificial para garantir a correção e a isenção daquilo que é veiculado. E essa supervisão pode variar conforme as necessidades de cada veículo e conteúdo.

c) O Grupo Globo se compromete a informar ao público sobre o uso de inteligência artificial em seus conteúdos jornalísticos. A divulgação desta política é parte deste processo. Aqui se informa que os jornalistas do Grupo Globo vão considerar o uso da inteligência artificial nas diversas etapas do processo jornalístico, seja por meio de ferramentas próprias ou de terceiros. Isso indica que, da mais sucinta nota à mais extensa reportagem, a tecnologia poderá ser empregada, em maior ou menor escala, sempre que contribua para que a informação jornalística seja isenta, correta e prestada com rapidez. Em alguns casos, entretanto, será necessário destacar como a inteligência artificial foi empregada em um determinado conteúdo jornalístico. Isso será feito sempre que contribuir para que o público compreenda as circunstâncias em que a reportagem foi produzida.

2) Apuração, produção e distribuição de jornalismo com auxílio de IA:

a) Os jornalistas do Grupo Globo devem considerar o uso de inteligência artificial para otimizar o processo de apuração das notícias – por exemplo, na realização de busca e levantamento de informações, no processamento de grandes volumes de dados e no acesso a bases de dados confiáveis (ver seção I, parte 2-f). A responsabilidade final pelo conteúdo veiculado, entretanto, será sempre dos profissionais envolvidos, e os jornalistas vão adotar estratégias para que eventuais

erros e enviesamentos produzidos pela inteligência artificial – e, de resto, por qualquer tecnologia usada – não resultem em erros ou enviesamentos na cobertura jornalística. Além disso, os jornalistas têm a responsabilidade de analisar quais tipos de informação são inseridas em ferramentas de IA, para não haver vazamento de informações sigilosas ou de dados protegidos pela legislação vigente, nem o uso de informações que firam a propriedade intelectual.

b) Os jornalistas do Grupo Globo irão considerar o uso de inteligência artificial para otimizar a produção de reportagens nos seus mais diversos formatos, como vídeos, textos, áudios, imagens, infográficos, sites. A publicação de conteúdos gerados total ou parcialmente por inteligência artificial, entretanto, só pode ser feita sob supervisão humana, como já foi dito aqui. A inteligência artificial não deve ser usada, contudo, para redigir textos opinativos ou editoriais. A opinião e a análise devem ser reservadas para os jornalistas, que podem fornecer o contexto e a perspectiva necessários. Revisões gramaticais, correções factuais e enriquecimento para fins de estilo são permitidos.

c) O uso da inteligência artificial para geração de áudios sintéticos baseados em vozes humanas é permitido, desde que com expressa autorização do dono da voz ou de seus representantes legais. Este uso deve ser informado ao público. As imagens geradas por inteligência artificial não podem ser produzidas de forma que sejam confundidas com a realidade. Se a imagem tiver características de uma imagem real, o público deve ser informado claramente de que aquela é uma reconstituição, ou uma simulação, produzida por inteligência artificial. Ferramentas de IA podem ser usadas para fazer pequenas correções técnicas em áudios e imagens com o intuito de facilitar ao público a apreensão das informações que aquela imagem ou áudio contém, sem jamais alterar a realidade retratada.

d) As redações do Grupo Globo devem utilizar inteligência artificial para otimizar o alcance do jornalismo. Isso pode ser feito, por exemplo, por meio da análise de dados sobre o consumo de informação, para definir as melhores estratégias de circulação, na criação de diferentes versões de uma reportagem para atender às diferentes formas de consumo de informação e no uso de ferramentas que permitam maior personalização do conteúdo. Todas as versões de reportagens devem ser fiéis

à essência do conteúdo original, respeitando os padrões editoriais de qualidade e veracidade.

3) Direitos autorais e governança:

a) A utilização de ferramentas de Inteligência Artificial pelo Grupo Globo deve sempre observar e respeitar rigorosamente os direitos autorais e a propriedade intelectual, tanto em relação ao conteúdo de terceiros quanto aos materiais próprios.

b) O Grupo Globo investe na capacitação de seus profissionais para o uso eficaz e ético das ferramentas de IA. Essa política será revisada periodicamente pelo Conselho Editorial do Grupo Globo para adaptar-se às evoluções tecnológicas e garantir que as práticas permaneçam alinhadas com estes princípios.

Anexo F - Reprodução das diretrizes de uso de IA publicadas pelo *Estadão* no formato de uma política de uso

---

Política de Uso de Ferramentas de Inteligência Artificial pelos Colaboradores do Grupo Estado[82]

Novembro/2023

1. Apresentação

Apesar das tecnologias baseadas em Inteligência Artificial (IA) não serem exatamente uma novidade, é indiscutível que o contexto relativo a elas se alterou nos anos recentes, principalmente em decorrência da evolução das chamadas IAs generativas. O Estadão, enquanto veículo de imprensa comprometido com a qualidade, a ética e a precisão jornalística há quase 150 anos, reconhece o potencial inegável dessas tecnologias.

Nessa toada, compreendemos que parte dos nossos colaboradores pode já estar explorando o uso de IAs 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. Apesar disso, temos também plena consciência de que existem riscos inerentes ao uso indiscriminado de tais ferramentas, sobretudo em uma atividade tão essencial para a manutenção do Estado Democrático de Direito quanto a Imprensa.

Por essa razão, esta Política Institucional de Uso de Inteligência Artificial foi elaborada visando estabelecer diretrizes claras para o uso de IA pelo Grupo Estado.

---

[82] Versão original disponível em: <https://www.estadao.com.br/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/>.

Nosso compromisso firmado neste documento é revisar esta Política de forma recorrente e atualizá-la sempre que se faça necessário, objetivando mantê-la alinhada aos nossos valores e primando por nossa qualidade jornalística.

2. Diretrizes Gerais

O uso de IA para fins de criação integral ou parcial de notícias, conteúdos, produtos e serviços (doravante conjuntamente designados “Conteúdos”) é permitido, desde que cumpridas as condições a seguir. Tais condições objetivam manter a integridade factual de nossos Conteúdos, respeitar direitos autorais próprios e de terceiros e garantir a manutenção do nosso padrão jornalístico.

- **Revisão Humana:** Em todas as etapas de produção de Conteúdos que utilize IA, é obrigatória a revisão humana antes de sua publicação, veiculação ou divulgação, para garantir precisão e integridade das informações. As exceções à regra geral podem ser observadas nas Diretrizes Específicas (vide tópico 3.1.).

- **Proteção de Conteúdo Proprietário:** Não é permitido inserir quaisquer Conteúdos de propriedade intelectual do Grupo Estado em larga escala em ferramentas de IA, exceto se previamente aprovado pelo Comitê de Inteligência Artificial. Visamos evitar a utilização de nossos conteúdos para alimentar algoritmos de forma irrestrita. Para tanto, por regra, se deve inserir apenas o conteúdo mínimo necessário para se realizar a tarefa pretendida.

- **Proteção de Dados Pessoais:** Não é permitido inserir, total ou parcialmente, dados ou base de dados proprietárias do Grupo Estado que contenham quaisquer dados pessoais em ferramentas de IA, sejam dados de clientes, colaboradores, fornecedores ou terceiros.

- **Proteção de Dados Empresariais, Segredos de Negócios e Furos Jornalísticos do Grupo Estado:** considerando que inserção de dados pode

vir a integrar a base de dados da ferramenta, é vedada a inserção deste tipo de informação em quaisquer ferramentas de IA.

- **Contratação de Ferramentas:** A contratação ou o uso de ferramentas, pagas ou gratuitas, para a produção de Conteúdos está restrito às ferramentas que tiverem sido previamente avaliadas e validadas pelo Comitê de IA (Vide tópico 4.2. para mais detalhes).

- **Transparência com os Leitores:** Ao utilizar ferramentas de IA na criação ou edição de Conteúdos, tal fato deverá ser obrigatoriamente indicado ao leitor (verificar item 3.1. - Criação de Conteúdos). Dessa forma, garantimos que os leitores estejam cientes sobre o processo de criação de nossos Conteúdos, reforçando nosso compromisso com a transparência e a integridade da produção jornalística.

3. Diretrizes Específicas

3.1. Criação de Conteúdos

Em regra, ferramentas de IA podem ser utilizadas no processo de criação de Conteúdos, desde que com supervisão e revisão humana.

Em alguns casos específicos, no entanto, Conteúdos gerados por intermédio de ferramentas de IA poderão ser publicados de forma automática, portanto, sem revisão humana prévia, desde que tenha passado por um processo de homologação pelo Comitê de IA, e que deverá garantir a inexistência de (i) risco de erros factuais e de (ii) infringência a direitos autorais de terceiros, entre outros. Consulte o Comitê de IA para verificar as ferramentas e categorias de conteúdos disponíveis para esta finalidade.

É fundamental esclarecer que, mesmo quando optamos por publicar conteúdos sem revisão humana prévia, isso não implicará de forma alguma na ausência de controle ou de rigor no processo editorial. Manteremos um compromisso inabalável com a precisão e confiabilidade das informações que

transmitimos. Para isso, serão implementados protocolos de verificação contínua da confiabilidade dos conteúdos gerados por IA, que envolverão revisões periódicas para identificar e corrigir possíveis erros, de aprimoramento das ferramentas de IA e de garantia de que as soluções de inteligência artificial estejam alinhadas aos nossos valores e padrões de produção jornalística.

Em todos os casos em que ferramentas de IA forem utilizadas para a produção de Conteúdo, ainda que parcialmente, deverá ser incluído aviso ao leitor, conforme o caso:

Conteúdos com Revisão Humana: Quando um Conteúdo for produzido com a ajuda de IA e revisado por nossa equipe editorial, deverá ser incluído o seguinte aviso no início ou ao final do texto, conforme adequado: “Este conteúdo foi produzido com o auxílio de ferramentas de Inteligência Artificial e revisado por nossa equipe editorial. Saiba mais em nossa Política de IA (link para página).”

Conteúdos sem Revisão Humana: Para materiais publicados sem revisão humana (apenas válido para processos homologados pelo Comitê de IA), o aviso deverá conter o seguinte aviso: “Este conteúdo foi gerado e publicado automaticamente com o uso de Inteligência Artificial. Saiba mais em nossa Política de IA (link para página).”

3.2. Criação de Conteúdo Audiovisual

- O uso de IA para a criação de fotos, ilustrações, vídeos ou áudios, integral ou parcialmente, é proibido, exceto se previamente aprovado pelo Comitê de IA.

- O uso de IA para melhorar a qualidade gráfica de imagens com pouca definição é permitido, porém restrito aos mecanismos de ajuste já disponíveis nos programas de edição de imagem disponibilizados aos colaboradores do Grupo Estado.

3.3. Edição de Textos

- Ferramentas de IA podem ser empregadas para sugerir cortes em textos, revisões ortográficas, e para auxiliar na explicação de conceitos técnicos ou complexos de maneira clara e/ou concisa;

- Versões mais curtas ou sumarizadas de Conteúdos também podem ser feitas com auxílio de IA;

- Todas as sugestões de versões feitas pela ferramenta de IA devem ser submetidas à revisão pelo editor, antes de sua publicação ou divulgação, garantindo a qualidade do conteúdo.

3.4. Transcrição de Áudio

- O uso de ferramentas de IA para transcrição de entrevistas, discursos e conversas é permitido somente quando o responsável pelo Conteúdo possui domínio sobre o idioma do áudio transcrito;

- É responsabilidade do criador do Conteúdo validar e comparar a transcrição da ferramenta de IA com a gravação original, para garantir a sua precisão.

3.5. Tradução de Textos

- Não se tratando do processo de tradução automatizada previamente aprovada pelo Comitê de IA para determinados produtos, o uso de ferramentas de IA para traduzir textos de forma pontual também é permitido, desde que o responsável pelo Conteúdo possua domínio sobre os idiomas de origem e para o qual o texto está sendo traduzido;

- A tradução deve ser sempre comparada com o texto original para identificar possíveis erros, distorções ou para garantir o estilo do texto original, caso aplicável;

3.6. Elaboração de Títulos e Chamadas

- A IA pode ser empregada para sugerir títulos, metatítulos e chamadas, especialmente visando otimização para SEO e divulgação em diferentes plataformas;

- Todas as sugestões devem passar por revisão cuidadosa do responsável pelo Conteúdo.

3.7. Como ferramenta de busca e pesquisa

- Apesar de não ser proibido, não é recomendável usar IA como ferramenta de busca e pesquisa. Caso seja utilizada para essa finalidade, todos os resultados devem ser verificados e confirmados pelo responsável;

- O uso de IA na elaboração de perguntas para entrevistas também não é recomendável, dada a possibilidade de direcionamento das perguntas decorrentes de vieses algorítmicos indesejados.

3.8. Aprimoramento de materiais escritos em língua inglesa

- Está autorizado o uso de ferramentas de IA para aprimorar textos escritos em língua inglesa, como pedidos formais de entrevistas, e-mails para instituições estrangeiras e perguntas para entrevistas nessa língua.

3.9. Extração e compilação de dados de origem pública

- Está autorizado o uso de IA para extração, compilação, organização e processamento de dados oriundos de fontes públicas primárias como IBGE, FGV, Banco Central e Tesouro Nacional.

4. Do Comitê de IA

4.1. Da composição do Comitê

O Comitê de IA (doravante designado “Comitê”) será designado pela Diretoria Executiva e será composto por representantes dos seguintes departamentos do Grupo Estado: Tecnologia, Redação, Produto, Jurídico e Auditoria. Os membros do Comitê se reunirão mensalmente e suas deliberações serão tomadas por consenso.

4.2. Das atribuições

Caberá ao Comitê avaliar ferramentas de IA, atualizar estas Diretrizes, homologar processos de criação de conteúdos e gerir seus riscos e assegurar treinamentos sobre o tema para os colaboradores.

Esta Política deverá ser revisada anualmente.