Fragilidades éticas na relação entre Jornalismo e Inteligência Artificial Generativa[1]

Jéssica dos Santos Natal[2]
Guilherme Gonçalves de Carvalho[3]
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

Resumo: Com o crescente uso da Inteligência Artificial Generativa no Jornalismo, surge o debate sobre usos e limitações éticas. Este artigo propõe a discussão sobre algumas fragilidades que aparecem quando a IA é utilizada no Jornalismo. Embora ainda não exista uma regulamentação clara que dê conta deste novo momento na profissão, o trabalho dialoga com pontos do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros para explicitar tensionamentos que incidem sobre a prática.

Palavras-chave: jornalismo; inteligência artificial; ética; ética no jornalismo.

Introdução

Em janeiro de 2024, a Editora Abril ganhou holofotes do público e da imprensa. O motivo foi a exclusão de matérias que indicavam o uso exclusivo de Inteligência Artificial Generativa. Os textos eram publicados sob autoria de Vanessa Tavares. Conforme apuraram a Folha e SP[4] e o portal Aos Fatos[5], esta jornalista nunca existiu, mas assinou cerca de 311 textos apenas nos primeiros 25 dias do mês, o equivalente a 12 matérias por dia. A investigação da Folha apontou ainda que muitas matérias assinadas por Tavares traziam trechos idênticos às reportagens publicadas em outros portais, o que configura plágio. O Aos Fatos ainda apurou que os textos não passavam pelas mãos de outros jornalistas da Editora, indicando que eram produzidos com

[1] Artigo apresentado no 28º Seminário de Inverno, realizado entre 2 e 6 de junho de 2025, na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).
[2] Graduada em Jornalismo, mestranda em Jornalismo na UEPG, e-mail: jessica1natal@gmail..com.
[3] Pós-doutor em Jornalismo, professor do Mestrado em Jornalismo da UEPG, e-mail: guilhermegdecarvalho@gmail.com.
[4] Folha de SP. Abril retira do ar textos sob suspeitas de terem sido escritos por IA. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/03/abril-retira-do-ar-textos-sob-suspeita-de-terem-sido-escritos-por-ia.shtml>. Acesso em: 21 abr. 2025.
[5] Aos Fatos. Site da Editora Abril para grávidas excluiu textos com indícios de uso de inteligência artificial. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/site-editora-abril-excluiu-textos-indicios-inteligencia-artificial/>. Acesso em: 25 abr. 2025.

Inteligência Artificial. Indagada sobre o ocorrido, a Editora Abril não se pronunciou, excluiu os textos publicados e deixou de dar créditos para Vanessa Tavares, dando lugar ao "Da Redação".

Assim como o exemplo citado acima, crescem casos em que a Inteligência Artificial interfere diretamente na produção de notícias, o que reforça que o uso desses sistemas é uma realidade. A popularização da IA no jornalismo faz crescer a preocupação sobre limites e responsabilidades éticas desta relação, que ainda necessita de delimitações claras. Como destacam Cruz e Santaella (2024), a presença da IA no jornalismo está mudando significativamente a automação de tarefas repetitivas, oferecendo soluções mais inovadoras às atividades técnicas. Porém, à medida que incorporamos sistemas que prometem mudar a forma com que produzimos notícias, surgem as implicações éticas.

Entendendo que "a tecnologia trouxe respostas às limitações técnicas, mas também tem sido generosa com os questionamentos éticos" (Christofoletti, 2019, p. 237), este trabalho tem como problema de pesquisa a questão: de que maneira a Inteligência Artificial pode impor riscos éticos ao jornalismo? Neste sentido, o artigo busca oferecer caminhos ao debate, com os objetivos de trazer compreensões sobre a características da IA; dialogar com conceituações da ética no jornalismo; e identificar fragilidades desta relação.

Para tanto, realiza-se uma análise documental e bibliográfica a partir do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiro e normas para uso de IA provenientes de outros setores para aprofundar o debate. Como resultado, verificamos uma lacuna significativa na compreensão dos riscos éticos no jornalismo.

1 Compreender a relação da IAG

Para entender a forma com que a Inteligência Artificial trabalha, é preciso primeiramente delimitá-la, para dar um destaque a um movimento mais recente deste sistema: a Inteligência Artificial Generativa. Cruz e Santaella (2024, p. 18) traçam esta separação importante, entendendo que a IA tem uma presença significativa no

jornalismo há pelo menos 20 anos, com estudos desta tecnologia que já datam mais de sete décadas. “É certo que o terreno para esta novidade já vinha sendo semeado desde o século 18 na máquina analítica de Babbage e no primeiro algoritmo desenvolvido pela engenhosidade matemática de Ada Lovelace". Na década de 1950, Alan Turing publicou o “*Computing Machinery and Intelligence*”, que propunha a tese de que máquinas podem pensar.

O termo Inteligência Artificial, no entanto, só foi cunhado oficialmente em 1956, de acordo com Canavilhas (2023, p. 23), por John McCarthy. “As pesquisas começaram com a IA simbólica, baseada em regras e valores lógicos, algo que na época parecia capaz de emular o raciocínio humano" (Cruz; Santaella, 2024, p. 18). Foi a partir dos anos 2000, com o surgimento do jornalismo na web, que novas demandas surgiram, como uma produção mais simultânea de notícias.

Antes de gerar textos, imagens, áudios ou vídeos, a IA contribuiu com o jornalismo de forma mais técnica, com a chamada aprendizagem de máquina (Cruz; Santaella, 2024, p. 19), que “utiliza técnicas estatísticas que permitem ao computador progressivamente aperfeiçoar seu desempenho em uma determinada tarefa". Com a aprendizagem de máquina ou *machine learning*, termo em inglês, a IA contribuiu no jornalismo em atividades como reconhecer veracidade de informações, sumarizar textos, fornecer insights de acessos e recomendar conteúdos. Essas atividades acontecem por meio do "treinamento de sistemas para reconhecer padrões e tomar decisões com base em dados (Escovedo *et al*, 2020). O sistema recebe feedback em tempo real sobre suas ações e ajusta sua estratégia com base nesse feedback” (Cruz; Santaella, 2024, p. 19). Cardozo, Ferrari e Boarini (2020, p. 55) apontam que o aprendizado de máquina busca a resolução de problemas, para aprofundar o conhecimento sobre determinado assunto.

É possível compreender, então, que desde o início do século XXI, a IA tem sido utilizada no jornalismo, especialmente no que diz respeito à análise de dados massivos. Berti (2024, p. 135) também traz esta distinção de atuação da IA na profissão. O autor destaca esta Inteligência Artificial que teve um primeiro contato com o jornalismo como

“a Inteligência Artificial geral (ou comum, também chamada apenas de Inteligência Artificial), ou mais histórica, com a perspectiva de aprendizado mediante atividades pré-programadas".

Com o uso desta IA "geral", que executa ações em âmbito mais técnico, surge em paralelo a Inteligência Artificial Generativa, que se define como “um subconjunto da aprendizagem de máquina, de um tipo diferente denominado Modelo Gerativo que aprende com um conjunto subjacente de dados capazes de imitar de perto dados originais” (Cruz; Santaella, 2024, p. 33). A partir deste marco, segundo as autoras, a IAG se estabelece como uma “criadora” de conteúdo sem necessidade de supervisão. “O que é extraordinário nessa performance é que a rede generativa vai aprendendo, ou seja, realiza uma performance que é justamente o ponto chave da IA: a aprendizagem".

Canavillhas (2023, p. 25) detalha que os primeiros registros da IAG no jornalismo datam de 2007, pela *Automated Insights*, dos EUA. “Nesta fase inicial, a empresa usava dados dos relatórios de contas para produzir pequenas notícias destinadas à Associated Press e dados desportivos para o Sports Fantasy Football, da Yahoo". De lá para cá, há exemplos de geração de conteúdo generativo pela IA no jornalismo, como o *Quakebot* do Los Angeles Times. Como informa Zandomênico (2022), a plataforma registrou a ocorrência de um terremoto em 2024, apenas três minutos após o acontecimento, em um texto totalmente produzido por IAG.

Os sistemas da IA Generativa funcionam com base no Processamento de Linguagem Natural (NLP). Com ele, é possível programar *chatbots*, assistentes virtuais, tradutores automáticos e obter geração de conteúdo em diferentes formatos. Segundo Cruz e Santaella (2024, p. 25), esta é uma "subárea da IA, que se concentra na interação entre humanos e computadores usando a linguagem natural". O jornalista, ao ter como base sistemas de NLP, consegue gerar textos mais fluidos, basta que forneça *prompts* de comando, sem necessidade de um treinamento mais aprofundado dos dados. A IAG, então, “aprende", na medida em que é alimentada com novos dados. Com esta facilidade oferecida pelos sistemas de IA Generativa, surge um novo momento: a possibilidade de gerar conteúdo sem interferência direta.

Berti (2024, p. 135) pontua que sistemas de IAG são capazes de oferecer conteúdos em segundos, em comparação à produção humana, que seria produzida em um espaço de horas. “Esses conteúdos têm impactado diretamente as vivências jornalísticas e ainda provocado discussões sobre atividades e as próprias funções no dia a dia das redações”. Dentro desta facilidade, surgem questionamentos sobre esta otimização de trabalho, pois a IAG “permanece teimosamente incapaz de interagir naturalmente com as pessoas ou imitar a destreza de nossos dedos e membros” (Zandomênico, 2022 p. 33). Neste sentido, surge o debate sobre pontos éticos dentro do uso da Inteligência Artificial Generativa no jornalismo.

2 Conceituações éticas no Jornalismo a partir da tecnologia

Quando se defende um debate sobre ética na prática jornalística, primeiramente é necessário trazer conceituações. De acordo com Bortolotti (2019, p. 59), a ética “é um ramo da filosofia que estuda a moral e, muitas vezes, confronta-se com ela. […] é a bica do ‘bom caminho’ para a humanidade". Assim, a ética difere-se da moral, que por sua vez se refere aos “hábitos e costumes de determinados povos ou grupos sociais; um conjunto de regras, valores, crenças e tabus, que dependem da época e até do ambiente físico” (Bortolotti, 2019, p. 58).

Ao saber que a ética investiga este conjunto de costumes, crenças e tradições que a moral carrega, a aplicação destes princípios, de forma normatizada, se entende como deontologia. Para Bortolotti (2019, p. 59), este ramo é a ética aplicada, presente em códigos de conduta para profissionais, por exemplo. Deste modo, compreende-se que este trabalho defende uma deontologia do jornalismo na IA, ou seja, uma aplicação de princípios éticos, no que diz respeito à relação com a Inteligência Artificial.

Sabe-se que a tecnologia tem um impacto profundo na forma com que percebemos e nos relacionamos com a realidade (Josgrilberg, 2005, p. 281), e que os sistemas de Inteligência Artificial estão mudando a forma de vivenciar o que nos é mediado, inclusive na área jornalística (Berti, 2024, p. 75). Porém, apesar dessas mudanças que o avanço tecnológico traz, é importante que não se deixe de lado a

aplicação ética dentro dessas transformações, pois ao mesmo tempo que somos impactados pelas novas tecnologias, também “ajudamos a construir nossas culturas e realidades, de forma contínua e fundamental” (Christofoletti, 2019, p. 222).

Bucci (2000, p. 11) destaca que o campo do jornalismo é pautado por conflitos, e por isso a ética é desafiada cotidianamente. Portanto, a deontologia também se caracteriza como norteadora, em tempos em que as tecnologias têm um peso cada vez maior dentro do cenário de produção de notícias. Podemos entender, então, que a ética é uma ferramenta imprescindível frente às transformações, desde que seja adotada por toda a comunidade profissional: “A ética jornalística é uma normatização do comportamento de repórteres e editores: encanta valores que só fazem sentido se forem seguidos tanto por empregados da mídia como por empregadores - e se tiverem como seus vigilantes os cidadãos do público” (Bucci, 2000 p. 12).

Ao compreendermos a ética como um valor fundamental, esta lógica deve perpassar por todo o processo de produção de notícias, desde a concepção da pauta, apuração, produção, publicação e distribuição. Como destaca Lebelem (2019, p. 196), a ética precisa fazer parte da rotina do profissional, e o fato da notícia ser produzida no ambiente online não altera princípios fundamentais: “todo esse processo precisa continuar a incluir a noção da importância da precisão da notícia, da verificação da origem da informação, do equilíbrio entre fontes, da imparcialidade da responsabilidade com o impacto".

A partir da compreensão da importância deste debate ético, Christofoletti (2019, p. 129) chama a atenção para o trabalho jornalístico em tempos de internet. Embora o autor não fale especificamente sobre IA, o questionamento é válido quando pensamos que a função da profissão permanece a mesma, independentemente da plataforma ou do suporte técnico a qual se apresenta. Ainda, ao adicionarmos no debate sobre ética a produção jornalística em tempos de IA, Cruz e Santaella (2024, p. 50) alertam sobre a necessidade de se manter valores fundamentais do jornalismo, como a defesa dos direitos humanos e da democracia, além da busca pela pluralidade de fontes. Para as

autoras, é preciso fazer uma reflexão sobre o jornalismo em ambientes cada vez mais automatizados.

Quando se fala em ética jornalística com auxílio da IAG, Berti (2024, p. 113) destaca a importância da autonomia e autoridade do profissional. Segundo o autor, embora os sistemas de IA possam ajudar na escrita, na edição de imagens, na apuração de dados e até na produção da notícia completa, é preciso que os profissionais fiquem atentos e não ultrapassem os limites éticos desta relação. Por isso, a IA deve ser vista como ferramenta, um meio que auxilia no trabalho.

3 Divergências entre o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros e os Sistemas e IAG

Ao debater sobre potencialidades e limitações da aplicação da IAG no jornalismo, é preciso compreender que a deontologia do jornalismo atualmente conta com códigos e normas sistematizados que podem auxiliar no trabalho profissional. É possível citar ao menos quatro, neste artigo. Dentre eles, estão a Cartilha de Autorregulamentação da Associação Nacional de Jornais[6]; o Código de Ética da Radiodifusão Brasileira[7], da Associação de Emissoras de Rádio e Televisão; e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros[8]. Todos esses versam sobre condutas éticas de empresas e de profissionais, em uma perspectiva generalista, abordando diversos aspectos de conduta ética no trabalho. Embora estes documentos tenham sua importância quanto à atuação ética em alguns âmbitos, nenhum deles tem tópicos específicos sobre o uso de IA, o que chama a atenção pela urgência de delimitações nesta área.

[6] Associação Nacional de Jornais. Cartilha Autorregulamentação ANJ. Disponível em: <https://www.anj.org.br/cartilha-autorregulamentacao/>. Acesso em: 28 de abr. 2025.
[7] Andi - Comunicação e Direitos. Código de Ética da Radiodifusão Brasileira (1993). Disponível em: <https://andi.org.br/documento/codigo-de-etica-da-radiodifusao-brasileira/>. Acesso em: 28 de abr. 2025.
[8] Federação Nacional dos Jornalistas. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 28 de abr. 2025.

Sobre a Inteligência Artificial, a Unesco[9] lançou em 2022 um Guia de Recomendações Éticas sobre uso da IA, para governança e política de dados. Um dos pontos a respeito de implicações éticas é voltado à comunicação e ao Jornalismo, quando se trata de desinformação gerada por Inteligência Artificial.

> Uma vez que as tecnologias de IA desempenham um papel cada vez mais importante no processamento, estruturação e disponibilização da informação; as questões do jornalismo automatizado, do fornecimento de notícias por meio de algoritmos e da moderação e curadoria de conteúdo nas redes sociais e motores de busca são apenas alguns exemplos que levantam questões relacionadas com o acesso à informação, desinformação, informações falsas, discurso de ódio, surgimento de novas formas de narrativas sociais, discriminação, liberdade de expressão, privacidade e alfabetização midiática e informacional (AMI), entre outros. (Unesco, 2022, p. 11)

Estas normas e recomendações sobre a conduta ética no jornalismo são importantes para o exercício da profissão, entendendo a função social do jornalismo como algo que afeta diretamente a vida das pessoas (Kovach; Rosenstiel, 2003). A critério de debate, o foco do trabalho realizado será no Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, entendendo que este se concentra em delimitar questões aos profissionais propriamente ditos, sem dar destaque maior às empresas jornalísticas (Christofoletti, 2015, p. 108).

Entendendo, então, que o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros é um referencial quando se trata de uma conduta responsável dos profissionais na produção noticiosa, cabe destacar a importância do debate acerca da incorporação destas condutas frente ao cenário de IA Generativa no Jornalismo. Para Cruz e Santaella (2024, p. 80), o ideal é que a ética jornalística inclua diretrizes sobre uso destes sistemas, “assegurando que a integridade e a responsabilidade permaneçam no centro do jornalismo".

É possível debater as potencialidades da IAG e possíveis limites de uso, tendo como referencial o documento existente. Para fundamentar a discussão, cabe trazer o que diz Berti (2024) sobre atividades em que a Inteligência Artificial Generativa pode

[9] UNESCO. Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/articles/recommendation-ethics-artificial-intelligence>. Acesso em: 28 de abr. 2025.

auxiliar no jornalismo. Segundo Berti (2024), os sistemas podem auxiliar na concepção da pauta; na apuração; na edição de textos e imagens e na veiculação das notícias. Para que a centralidade da produção permaneça no jornalista, o autor (2024, p. 139) defende a “capacidade de sensibilização dos fatos", por parte do profissional.

Cruz e Santaella (2024, p. 72) apontam para as possibilidades da IA Generativa em “acelerar tarefas processuais específicas, como criação de conteúdo, verificação de fatos, processamento de dados, geração de imagens, conversão e tradução em fala, reduzindo a carga humana e aumentando a eficiência". No entanto, apesar de entender que a IAG pode ser uma aliada no jornalismo, há entraves éticos no meio do caminho. Dentre as fragilidades desta relação, podemos listar quatro, que serão debatidas na sequência: a transparência de sistemas de IA; o uso de fontes de dados em sistemas de Inteligência Artificial Generativa; e o compromisso com a verdade do jornalismo.

3.1. A transparência em sistemas de IA

Os sistemas de IA não são claros quanto à forma com que utiliza base de dados, como cita Diakopoulos (2015, p. 398, tradução própria): “a opacidade dos algoritmos tecnicamente complexos que operam em grande escala torna-os difíceis de escrutinar, levando a uma falta de clareza para o público". Neste sentido, a falta de transparência vai de encontro com o que diz o Código de Ética, no Art 2º, inciso II: “a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos e ter por finalidade o interesse público", e no Art. 4º: “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação".

Ora, se os sistemas de IAG não fornecem transparência sobre a origem de dados utilizada para a geração de conteúdo, logo não é possível saber com certeza que as informações coletadas destes sistemas para a produção de notícias são verdadeiras. Da mesma forma, a precisa apuração também acaba por ser prejudicada. Canavilhas e Biolchi (2024, p. 47) citam que esta falta de transparência dos sistemas se assemelha à “caixas-negras”, em que não é possível ver com clareza a origem dos dados usados na

produção. As "caixas-negras" ou "caixas-pretas" é um termo cunhado por Norbert Wiener, para designar sistemas de tecnologia em que o funcionamento interno é desconhecido (Stark, 2023). Desta maneira, é possível compreender que falta transparência na forma com que os sistemas funcionam e utilizam a sua base de dados.

3.2 Fontes de dados em conteúdos gerados por IAGs

Cruz e Santaella (2024, p. 79) também chamam a atenção sobre a necessidade dos jornalistas questionarem as fontes de dados e os processos de geração de conteúdos das IAGs: "Algoritmos de IAG podem herdar vieses dos dados com os quais foram treinados, o que leva distorções nos conteúdos se não forem cuidadosamente monitorados". Um desses vieses está no que autores estão chamando de "racismo algorítmico". Araújo e Araújo (2022, p. 98), embora não tratem especificamente sobre a IA no jornalismo, oferecem pistas importantes a respeito deste fenômeno. Segundo os autores, a forma com que os sistemas organizam a informação "contribui para atribuir significados e valores informativos específicos à mensagem transmitida", o que pode gerar conteúdos com viés discriminatório.

Mais uma vez, ao utilizar dos sistemas de IAG, o jornalista acaba por assumir o risco de ferir o Código de Ética, que no artigo 5º (Fenaj, 2007) explicita o dever do profissional em "combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza".

3.3 Compromisso com a verdade

"Além disso, a velocidade da apuração automatizada pode resultar na publicação de informações não verificadas ou errôneas, especialmente em situações novas" (Cruz; Santaella, 2024, p. 79). A capacidade da IAG em gerar desinformação é um fator preocupante para o jornalismo, que deve ser tratado com rigor. Para Canavilhas e Biolchi (2024, p. 47), a disseminação de notícias falsas não é uma novidade pela chegada de sistemas de IA, porém, há a necessidade de transparência na forma com que

as informações são tratadas, como um valor fundamental para o trabalho. Embora não diretamente, a desinformação é citada no Código de Ética, uma vez que "O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação" (Fenaj, 2007, n.p.).

Ao esmiuçar as normas trazidas pelo Código de Ética, nos deparamos com três deveres do jornalista, no Artigo 6, que podem gerar um debate importante a respeito da produção de notícias com IAG. O primeiro está no inciso VI: "não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha"; o segundo, no inciso VIII: "respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão". Em seguida, vem o inciso IX: "respeitar o direito autoral e intelectual do jornalista em todas as suas formas".

Estes três deveres do jornalista vão de encontro com o que se propõe a fazer a IA Generativa, uma vez que ela gera conteúdo de maneira autônoma e não é clara quanto à base de dados utilizada. Como garantir a integridade dos dados disponibilizados, se o jornalista insere uma fala do entrevistado em um *prompt* de IA para gerar uma notícia? Como a IA pode utilizar esta informação posteriormente? Nisso, os sistemas não são claros.

Cabe ressaltar a responsabilidade do jornalista por toda a informação que publica. Na medida que ele utiliza a IAG no seu processo de produção, caso faça uma notícia com viés desinformativo, acaba por ferir seu compromisso com a verdade. Por isso, todo o processo de produção de informação deve ser produzido de maneira criteriosa.

> É o jornalista, em última instância , quem decide o que deve ser publicado ou não, é ele quem ajuíza o conceito de "interesse público". Porém, devido à grande responsabilidade que isso acarreta, ele tem de cuidar para aplicar conscienciosamente o método jornalístico, sob o compromisso inalienável de respeito à ética. Também deve lembrar sempre que a "sua primeira lealdade é com os cidadãos" (Kovach; Rosenstiel, 2003, p. 83). (Bortolotti, 2019, p.77)

De acordo com Neveu (2006, p. 118), a escrita jornalística não é apenas coletar informações, mas também de encadear fatos e ideias. Neste sentido, cabe o debate ético ao publicar uma informação gerada automaticamente a partir de bases de dados com Inteligência Artificial: estes sistemas não trabalham com a mesma lógica produtiva do jornalismo, que tem, de acordo com Lage (1979, p. 19), a imparcialidade, objetividade e veracidade da informação como princípios fundamentais.

É possível ainda traçar um diálogo sobre a atuação jornalística por outras fontes que não as que possuem a habilitação para tal. O inciso VII, do Artigo 7 do Código de Ética explicita que o jornalista não pode permitir o exercício da profissão por pessoas não-habilitadas. Sabe-se que o diploma de Jornalismo deixou de ser exigido para o exercício da profissão em 2009, mas a primazia pela habilitação é um princípio ético. Portanto, é preciso entender que a IAG é um sistema auxiliar e que não deve realizar o trabalho para o jornalista.

> Não se pode esquecer que a IAG é uma distribuidora de sistemas de uso pessoal. Isso implica que cada usuário, em quaisquer de seus locais de atuação, deve impregnar a sua conduta ética como dose de contribuição para o desabrochar de uma ética coletiva [...] muito se espera das práticas jornalísticas que desde sempre funcionaram e, mais do que nunca, devem continuar funcionando como guardiãs da ética. (Cruz; Santaella, 2024, p. 85)

Considerações Finais

Este artigo levantou fragilidades éticas que o jornalismo se depara quando escolhe produzir notícias com auxílio de sistemas de Inteligência Artificial. Chama a atenção o fato de que ainda não há normas gerais específicas a respeito desta prática, porém, o Código de Ética oferece algumas pistas, que abrangem alguns aspectos desta relação, mas que exigem uma interpretação.

Ao infringir alguns pontos, o jornalista acaba por também expor as fragilidades que os sistemas de IAG possuem. Portanto, cabe ao profissional ficar atento a estas brechas e ter como aliados os códigos deontológicos da profissão. Por outro lado,

verifica-se também a necessidade de atualizações do código deontológico, algo que demanda não apenas o conhecimento sobre os usos dos sistemas de IA, mas também o limite ético que pode implicar em problemas para a credibilidade do jornalismo. A experiência profissional e os usos possíveis desta tecnologia à luz dos dilemas específicos do jornalismo é que poderão contribuir para o amadurecimento de uma proposta.

Referências

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. Jornalismo e inteligência artificial, Desafios nas redações. **Revista Pauta Geral**, Ponta Grossa, v. 11, n. 2, p. 133- 148, 2024. Disponível em: https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/24073/209209219423. Acesso em: 02 de abr. 2025.

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho. **Jornalismo e Inteligência Artificial** Teresina: EdUESPI, 2024.

BORTOLOTTI, Plínio. Por uma deontologia aplicada. In: CARVALHO, Guilherme (org.). **A ética no jornalismo brasileiro**: conceitos, práticas e normas. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019. p. 57-73.

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

CANAVILHAS, João; BIOLCHI, Bárbara. Inteligência Artificial e Transparência no Jornalismo. **Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 18, n. 2, p. 43–64, maio/ago. 2024. Disponível em: https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/62654. Acesso em: 08 out. 2024.

CANAVILHAS, João. Produção automática de texto jornalístico com IA: contributo para uma história. **Textual & Visual Media**, [S.l.], v. 17, n. 1, p. 22–40, jun. 2023. Disponível em: https://doi.org/10.56418/txt.17.1.2023.2. Acesso em: 1 abr. 2025.

CARDOZO, Missila; FERRARI, Pollyana; BOARINI, Margareth. A influência da inteligência artificial nas relações comunicacionais**. Paradoxos**, Uberlândia, v. 5, n. 1, p. 49–65, jan./jun. 2020. Disponível em: https://doi.org/10.14393/par-v5n1-2020-54430. Acesso em: 2 abr. 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Ética jornalística em tempos de internet. In: CARVALHO, Guilherme (org.). **A ética no jornalismo brasileiro**: conceitos, práticas e normas. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019. p. 220-245.

CRUZ, Kalynka; SANTAELLA, Lucia. **Jornalismo e inteligência artificial podem caminhar juntos?**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2024.

DIAKOPOULOS, Nicholas. Algorithmic Accountability. **Digital Journalism**, Chicago, v. 3, n.3, p. 398–415, 2015. Disponível em: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2014.976411. Acesso em: 17 dez. 2024.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Vitória: Fenaj, 2007, p. 1-4. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 27 nov. 2024.

JOSGRILBERG, Fábio. **Tecnologia e sociedade: entre os paradoxos e os sentidos possíveis.** São Paulo: Paulus, 2005.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo:** o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LEBELEM, Cristiane. A ética nos diferentes meios. In: CARVALHO, Guilherme (org.). **A ética no jornalismo brasileiro**: conceitos, práticas e normas. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2019. p. 191-210.

NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

UNESCO. **Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence**. Paris: UNESCO, 2022. Disponível em: https://www.unesco.org/en/articles/recommendation-ethics-artificial-intelligence. Acesso em 28 abr. 2025.

ZANDOMÊNICO, Regina. Inteligência Artificial e Jornalismo: implicações na redação de notícias e na aquisição do conhecimento. **Pauta Geral Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 9, n. 2, p. 23–38, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.5212/RevistaPautaGeral.v.9.21397. Acesso em: 2 abr. 2025.