



## Uma questão de fato? Jornalismo, credibilidade e inteligência artificial no *Washington Post*<sup>1</sup>

Rafiza Varão<sup>2</sup>.

Departamento de Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília.

**Resumo:** Os avanços na pesquisa e no uso cotidiano de inteligência artificial (IA) vêm fomentando dúvidas quanto às consequências dessa tecnologia em diversos campos. Já afetada anteriormente por um cenário de desinformação e pelas mudanças profissionais causadas pela digitalização, a prática jornalística tem agora sua credibilidade interpelada pelos conteúdos produzidos por IA. Este artigo analisa como o próprio jornalismo avalia a entrada da inteligência artificial na área, a partir do *Washington Post*, primeiro grande jornal a utilizá-la em coberturas importantes. Por meio de análise de conteúdo não categorial, examina-se os textos publicados pelo veículo, entre o segundo semestre de 2022 e o primeiro de 2023, que abordam relações entre jornalismo, credibilidade e IA. Conclui-se que embora o jornal trate de temas emergentes sobre IA, omite o uso de inteligência artificial pelo próprio veículo.

**Palavras-chave:** Jornalismo; credibilidade; inteligência artificial; automação; *Washington Post*.

### 1. Introdução

Em junho de 2022, Blake Lemoine, engenheiro e especialista em inteligência artificial (IA) do Google, foi afastado após afirmar, em um artigo na plataforma Medium, que o sistema de IA (nomeado como LaMDA) da *bigtech* havia se tornado senciente<sup>3</sup>. Um mês depois, Lemoine foi demitido. Em novembro do mesmo ano, a empresa OpenAI lançou o ChatGPT (*Chat Generative Pre-Trained Transformer*), definido como “[...] um modelo de linguagem baseado em IA [...] capaz de gerar textos

---

<sup>1</sup> Este artigo é resultado parcial da pesquisa “Índice de Credibilidade Jornalística: formulação de indicadores de fortalecimento do jornalismo para o combate aos ecossistemas de desinformação”, financiada pelo CNPq (processo nº 403634/2021-0).

<sup>2</sup> Professora do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Comunicação, da Universidade de Brasília (UnB). E-mail: rafiza@unb.br.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://shre.ink/2BYv>. Acesso em: 07 ago. 2023.

semelhantes aos feitos por humanos<sup>74</sup> (*tradução minha*<sup>5</sup>). O programa chegou a 100 milhões de usuários em janeiro de 2023<sup>6</sup>, e tem sido usado ostensivamente não apenas para gerar textos a partir de uma extensa base de dados, mas para resolver uma série de questões colocadas pelos usuários, desde perguntas simples sobre acontecimentos históricos, até a geração de outros programas de computadores – a despeito de suas ainda muitas limitações. Em abril deste ano, o *Washington Post* publicou uma reportagem sobre um professor de direito da Universidade George Washington, Jonathan Turley, que foi listado pelo ChatGPT como exemplo de acadêmico que já havia assediado sexualmente alguém. De acordo com o jornal,

O chatbot [...] disse que Turley fez comentários sexualmente sugestivos e tentou tocar uma aluna durante uma viagem acadêmica ao Alasca, citando um artigo de março de 2018 no *The Washington Post* como fonte da informação. O problema: o artigo citado não existia. Nunca houve uma viagem acadêmica para o Alasca. (VERMA; OREMUS, 2023)<sup>7</sup>

Essa sequência de acontecimentos representa um recorte ínfimo do panorama que se desenvolveu de 2022 a 2023 no que diz respeito aos avanços da pesquisa em IA e sua consequente aplicabilidade ao cotidiano de usuários comuns dos meios digitais – mas uma sequência que não é aleatória como aparenta ser, à primeira vista. Seu terceiro componente acena para uma preocupação emergente no jornalismo e que complexifica o quadro contemporâneo do que se convencionou chamar de pós-verdade (SEIXAS, 2019) e desinformação (WARDLE, 2020). Como a prática jornalística lidará com a entrada cada vez mais frequente da IA em suas rotinas e seus usos controversos, com informações inverídicas cada vez mais difíceis de diferenciar de fatos? De que maneira desenvolverá mecanismos de credibilidade diante desses conteúdos, mas também de sua própria automação?

Embora tangencie essas questões, este artigo busca responder como o próprio jornalismo se expressa sobre elas, perguntando, na verdade, o que é dito acerca da presença da IA em suas práticas e produtos, a partir de uma das “vozes” do jornalismo: o jornal *Washington Post*. Faz-se uma análise de conteúdo não categorial (BARDIN,

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://chat.openai.com>. Acesso em: 7 ago. 2023.

<sup>5</sup> Todas as traduções de textos originalmente em inglês são da autora deste artigo.

<sup>6</sup> Disponível em: <https://shre.ink/2b5Y>. Acesso em: 7 ago. 2023.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://shre.ink/2B6V>. Acesso em: 7 ago. 2023.

2011) de textos do veículo centrados nas relações entre jornalismo, credibilidade e IA, publicados no segundo semestre de 2022 (época da publicação do artigo de Lemoine) e no primeiro semestre de 2023 (período da disseminação em maior escala do ChatGPT), num total de nove matérias, entre notícias (3), reportagens (2) e textos de opinião (4).

O jornal foi escolhido pela posição pioneira e ambígua quanto ao uso de IA em suas rotinas<sup>8</sup>: foi o primeiro grande veículo jornalístico dos Estados Unidos a empregar inteligência artificial para a produção automatizada de conteúdo em grandes coberturas. Ademais, possui uma reputação histórica, centenária, com mais de 65 prêmios Pulitzer, e o mérito de ter sido responsável pelas denúncias que levaram à queda do presidente dos Estados Unidos, Richard Nixon, em 1974, no que ficou conhecido como caso Watergate.

O objetivo é compreender como um veículo jornalístico reflete sobre as transformações que o jornalismo atravessa nessa primeira metade de século, apontando problemas e/ou soluções relacionados ao uso de IA. Essa é uma análise, por conseguinte, não de como o *Washington Post* vem utilizando *softwares* de IA em sua cobertura, mas de como esse jornal fala sobre inteligência artificial, encaixando-se naquilo que Braga (2006) chama de “falas sobre a mídia”, já que, apesar de serem publicadas pelo próprio veículo, não se tratam de uma crítica especializada de fato, e nem mesmo se aproximam de uma crítica interna (VARÃO, 2021), mas são uma avaliação difusa sobre a mídia, feita por agentes diversos, não necessariamente analistas do jornalismo.

## **2. Linhas gerais da aproximação entre inteligência artificial e jornalismo**

A história da inteligência artificial remonta ao chamado Encontro de Dartmouth, realizado em 1956, no Dartmouth College, em New Hampshire, nos Estados Unidos. O encontro reuniu um grupo de cientistas ligados à computação para discutir a automação e a possibilidade de que máquinas pudessem não apenas executar tarefas humanas, mas

---

<sup>8</sup> O jornal foi comprado em 2013 por Jeff Bezos, dono da Amazon. Originalmente uma empresa de e-commerce, a Amazon hoje faz parte do grupo das chamadas *bigtechs*, sendo a quarta maior empresa de tecnologia do mundo em capitalização (enquanto este texto era finalizado).

que também pudessem, como os humanos, aprender (e, em suma, pensar). Depois resumido por Dimiter Dobrev (2004, p. 2) como: “A IA será um programa que, em um mundo arbitrário, não lidará com ele pior do que um ser humano lidaria”.

O programa de pesquisa do encontro, de 1955, dizia: “[...] todo aspecto da aprendizagem ou qualquer outra característica da inteligência pode, em princípio, ser descrito com tanta precisão que uma máquina possa simulá-lo”. (MCCARTHY; MINSKY; ROCHESTER; SHANNON, 1955, p. 2)<sup>9</sup>. Ou, conforme expressado por Minsky (1968, p. V), respondem à pergunta “Como fazer com que as máquinas possam compreender as coisas?”.

Esses objetivos, entretanto, encontravam dificuldades de desenvolvimento por razões que seus próprios idealizadores deixavam claro no programa de pesquisa: a baixa capacidade de memória das máquinas existentes à época e a inabilidade para escrever programas; a escassa reflexão sobre linguagens de computador; a insuficiência de teorias sobre redes neurais; ausência de bons métodos de computabilidade; carência de estudos sobre auto-aprimoramento; e, de forma menos explícita, necessidade de início dos estudos (MCCARTHY; MINSKY; ROCHESTER; SHANNON, 1955).

As limitações bem diagnosticadas pelos autores no documento, considerado o primeiro a fazer referência ao termo inteligência artificial, conformaram certa lentidão ao campo de estudos, pois para que as questões teóricas pudessem avançar, era necessário também que *softwares* e *hardwares* se tornassem mais potentes, o que só vai acontecer na década de 1970, mesmo período da emergência dos computadores pessoais (CERUZZI, 1996). De tamanho reduzido em comparação a seus antecessores, portátil, o computador pessoal possibilitou a entrada desses equipamentos não só nos lares de quem podia pagar por eles, mas também nas redações de veículos jornalísticos.

Embora as chamadas Reportagens Assistidas por Computador (RACs), espécie de ancestral do jornalismo de dados, já existissem desde os anos 1950 (OLIVEIRA, 2014), a década de 1970 é também o momento em que acontecem as primeiras experiências com automação no conteúdo textual jornalístico. Apesar de pouco documentadas, é possível traçar uma história fragmentária dessas primeiras inserções da

---

<sup>9</sup> Disponível em: <https://shre.ink/2bOu>. Acesso em: 7 ago. 2023.

IA no jornalismo, que tiveram início com previsões do tempo automatizadas, elaboradas no padrão apresentado na figura abaixo (GLAHN, 1970).

**Figura 1** - Previsão do tempo gerada por computador em 6 de março de 1978.

```
MAR 6, 1970                                TDL EXPERIMENTAL FORECASTS

GOOD MORNING. THE SYSTEMS DEVELOPMENT OFFICE BRINGS YOU THE LATEST FORECAST
FOR WASHINGTON, D. C. AND VICINITY. STRONG NORTHERLY WINDS THIS MORNING 20 MPH
WITH GUSTS TO 30 MPH BECOMING NORTHERLY 5 MPH BY EVENING. COLDER TODAY,
MAXIMUM TEMPERATURE 48 DEGREES. MOSTLY CLOUDY THIS MORNING WITH DECREASING
CLOUDINESS THIS AFTERNOON. ONLY 2 PERCENT PROBABILITY OF PRECIPITATION TODAY.

GOOD MORNING. THE ESSA WEATHER BUREAU BRINGS YOU THE LATEST FORECAST FOR
ATLANTA AND VICINITY. MOSTLY SUNNY THIS MORNING WITH A FEW MORE CLOUDS THIS
AFTERNOON. COLDER TODAY, MAXIMUM TEMPERATURE 62 DEGREES. NORTHERLY WINDS 15
MPH THIS MORNING BECOMING NORTHEASTERLY 5 MPH BY LATE AFTERNOON. ONLY 2
PERCENT PROBABILITY OF PRECIPITATION TODAY.

GOOD MORNING. THE TECHNIQUES DEVELOPMENT LABORATORY BRINGS YOU THE LATEST
FORECAST FOR ST. LOUIS AND VICINITY. PARTLY CLOUDY WITH LITTLE CHANGE IN
TEMPERATURE TODAY, HIGH OF 58 DEGREES. EASTERLY WINDS 5 MPH THIS MORNING
BECOMING NORTHEASTERLY 10 MPH BY LATE AFTERNOON. ONLY 2 PERCENT PROBABILITY OF
PRECIPITATION TODAY.

GOOD MORNING. THE SYSTEMS DEVELOPMENT OFFICE BRINGS YOU THE LATEST FORECAST
FOR NEW YORK JFK AND VICINITY. PARTLY CLOUDY AND COLDER TODAY, MAXIMUM
TEMPERATURE 43 DEGREES. NORTHERLY WINDS 15 MPH, WITH ONLY 5 PERCENT
PROBABILITY OF RAIN AND 5 PERCENT PROBABILITY OF SNOW.
```

Fonte: GLAHN, 1970, p. 1127.

Durante toda a década de 1980, as RACs se tornaram mais frequentes, com a informatização das redações, sobretudo nos Estados Unidos – mas o conteúdo automatizado pouco se desenvolveu. Contudo, ainda existia uma questão crucial: não só era necessário uma proximidade geográfica a esses dados (uma prerrogativa do jornalismo durante todo o século XX, no que diz respeito às fontes de informação), como a digitalização se deu (e se dá) de forma desigual entre as nações, gerando desníveis entre países ricos, países em desenvolvimento e países pobres. O mesmo ocorre, conseqüentemente, com as práticas jornalísticas relacionadas a essa

digitalização, gerando um déficit tecnológico nas redações brasileiras (OLIVEIRA, 2014).

Os anos que se seguiram diminuíram essas distâncias e consolidaram o que passou a ser denominado como jornalismo digital (também chamado de webjornalismo, jornalismo on-line etc.), especialmente a partir da maior propagação da internet, na década de 2000, até chegar às mídias sociais e às discussões sobre pós-verdade, *fake news*, desinformação e inteligência artificial que entabulamos nos últimos quase dez anos – e que solapam o jornalismo mundial de muitas formas.

As décadas seguintes são marcadas pela propagação das mídias sociais e a entrada dos veículos de comunicação, entre eles os jornalísticos, nesses espaços. As mídias sociais também ajudaram a fomentar um contexto, de pós-verdade, desinformação e *fake news*, com sérios danos à credibilidade jornalística e aos acordos sociais acerca do que é verdadeiro ou falso.

Enquanto isso, os mecanismos de inteligência artificial também se aprimoraram e, nos últimos anos, foram incorporados a aplicativos diversos, incluindo *apps* utilizados em rotinas produtivas jornalísticas, de maneira mais especializada. Isso significa que os processos de automação passaram a permear a vida cotidiana de modo progressivo, mesmo antes do advento do ChatGPT.

A automação do jornalismo se desenvolve de maneira mais acentuada a partir de 2010, com uma lista extensa de veículos estrangeiros a adotá-la, como apontado por D’Andréa e Dalben (2017, p. 120):

[...] os sites da *Forbes* e da *ProPublica*, que mantém uma parceria com o *Narrative Science*; a agência *Associated Press* e o *Yahoo*, que adotaram o software da *Automated Insights*; o *Los Angeles Times*, que desenvolveu o *Quakebot* para a redação de notícias sobre terremotos; o *The Washington Post* que adotou a cobertura automatizada nas Olimpíadas Rio 2016 e nas eleições presidenciais dos Estados Unidos; o jornal francês *Le Monde*, que realiza algumas coberturas com o software desenvolvido pela *Syllabs* [...].

Esse movimento mexe com valores essencialmente humanos e tradicionalmente vinculados ao jornalismo, uma vez que a automação reduz a ação humana sobre seus conteúdos, incluindo a checagem e a verificação. Mais que isso, esse tipo de jornalismo pode levar ao erro, se aceitar como verdadeiros “fatos” fabricados por outros tipos de inteligência artificial e à possibilidade de perda de postos de trabalho para as máquinas

(WÖLKER; POWELL, 2021). Portanto, uma série de novos dilemas se apresenta, havendo um “[...] incipiente desenvolvimento de estudos sobre a regulação ética, deontológica e legal dos processos de automação no jornalismo” (VICENTE; FLORES, 2021, p. 189). É possível endereçar algumas colocações sobre esses impasses, antes de avaliarmos como o *Washington Post* trata o tema da IA no jornalismo.

### **3. Algumas considerações sobre jornalismo, credibilidade e inteligência artificial**

Quando Jeff Bezos comprou o *Washington Post*, especialistas em tecnologia alertaram que, muito provavelmente, o magnata estadunidense não havia comprado o veículo em si, mas sua credibilidade, que faria parte de um domínio maior da internet, conforme matéria da jornalista Stephanie Denning, na *Forbes*. De acordo com Denning (2018),

Bezos começou a pensar no significado por trás da instituição. O fim desta instituição importaria?  
“Se houvesse uma reviravolta financeira, se esta fosse uma empresa de salgadinhos, a resposta seria não. Mas assim que comecei a pensar dessa forma, comecei a perceber que esta é uma instituição importante”

Essa mesma compra expôs o *Washington Post* a uma desconfiança, o que afetou diretamente a credibilidade pela qual foi comprado. A revista *New Yorker*, por exemplo, fez alguns apontamentos que refletem essa perda de confiança.

A segunda possibilidade é que Bezos esteja comprando o *Post* por motivos políticos [...] Qualquer posição de monopólio no mercado vem com capacidade de abuso. E por trás da imagem pública de Bezos como um *geek* sorridente, há um estrategista de negócios implacável [...] por meio das colunas editoriais do *Post*, bem como pelo fácil acesso a pessoas poderosas que ser o dono do jornal traz, ele poderá fazer sua voz ser ouvida com muito mais clareza. (CASSIDY, 2013)

Outro aspecto, quando se considera a produção de conteúdo automatizada por parte do jornal, é que Bezos é hoje também um empresário do ramo da inteligência artificial, não apenas pela Amazon Web Services (AWS), o sistema de armazenamento em nuvem da Amazon (com IA generativa), mas em outras áreas, como a indústria alimentícia. Desse modo, há um interesse particular em usar o *Washington Post* como laboratório e espaço de fala, o que abala também a credibilidade do veículo.

Mas, afinal, o que é credibilidade jornalística? E como ela vem sendo interpelada, justamente, pela entrada da inteligência artificial nas redações? O que diz a pesquisa em jornalismo sobre isso?

Christofoletti e Laux (2008) observam que credibilidade é um conceito fundador do jornalismo, uma vez que a preocupação em trazer informações confiáveis já estava presente, por exemplo, na primeira tese sobre a profissão, do alemão Tobias Peucer, de 1690. Nela, Peucer afirma:

Relaciono com a vontade do escritor de periódicos a credibilidade e o amor à verdade não seja o caso que, preso por um afã partidário, misture ali temerariamente alguma coisa de falso ou escreva coisas insuficientemente exploradas sobre temas de grande importância (PEUCER, 2004, p. 19).

Nesse trecho, Peucer descortina, ainda, um dos mais importantes elementos referentes à construção do discurso jornalístico, norteador da profissão: a noção de verdade. A verdade é um dos mais importantes valores éticos do jornalismo, estando presente como exigência de forma majoritária nos códigos deontológicos da área (cf, por exemplo, ASENJO, 2011; CAZZAMATA, 2015). O *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros* a apresenta como compromisso fundamental logo em seu primeiro capítulo, parágrafo 2º, quando afirma que “[...] a produção e a divulgação da informação devem se pautar pela veracidade dos fatos” (FENAJ, 2007, p. 1); e pouco depois, no segundo capítulo, artigo 4º: “[...] O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos” (FENAJ, 2007, p. 1).

Esse compromisso há muito deixou de ser visto, pelo menos entre os estudiosos do jornalismo, como o estabelecimento de uma verdade absoluta, 100% objetiva, mas uma construção que se apoia naquilo que é verificável – do francês antigo *vérifiable*, “fundamentar, descobrir a verdade” e do latim *verificare*, “tornar verdadeiro”<sup>10</sup>.

Nesse caso, a verdade, longe de ser peremptória, é antes um construto, um recorte, uma angulação. Contudo, os fatos regem a si mesmos sob certa medida, podendo “[...] suscitar infinitas interpretações mas não consente qualquer apreensão possível. De sorte que [...] deve ser de algum modo possível estabelecer que algumas dentre as apreensões e interpretações concorrentes são decididamente falsas” (GOMES, 1993).

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://shre.ink/2BYu>. Acesso em: 19 ago. 2023.

Isto posto, é a aproximação do fato pelo jornalismo, com seu empirismo associado à apuração e à investigação, que libera uma verdade verificável, palpável – e que, uma vez *verificada*, produz um sentimento de confiança, que por sua vez produz o efeito de credibilidade.

[...] A confiança e a atribuição de credibilidade pressupõem a existência de regras segundo as quais a verdade seria obrigatória [...] É porque perseguimos a verdade que tiramos dúvidas específicas com fontes de informação com autoridade no assunto e não com qualquer um. (BENETTI; LISBOA, 2017, p. 53)

O que se coloca agora, entretanto, é a ação não humana, por aquilo que se convencionou muitas vezes chamar de robôs, mas que são, na verdade, *softwares* cada vez mais capazes de tomar decisões autônomas, como o ChatGPT e mesmo aqueles aplicados nas redações de jornais, conforme listado no tópico anterior, construídos em *Natural Language Generation* (NLG) – como o programa do *Washington Post*, que em 2017 já havia produzido 850 matérias<sup>11</sup>.

Muitas indagações aparecem a partir daí, das quais cito aqui dez: 1) Como aferir a credibilidade dessas tecnologias?; 2) Seriam elas confiáveis?; 3) Qual o impacto de seu uso no jornalismo?; 4) O jornalismo que não passa pelo crivo humano ainda é jornalismo?; 5) Uma vez automatizado por completo, ainda será necessária a presença humana no jornalismo?; 6) Qual a repercussão da IA nas vagas do mercado jornalístico?; 7) A IA consegue oferecer qualidade jornalística, tanto de dados quanto textual?; 8) Como fazê-la trabalhar para o jornalismo de qualidade?; 9) Quais são os aspectos éticos envolvidos no uso de IA pelo jornalismo?; 10) E se os conteúdos produzidos pela IA ajudarem a tornar ainda mais difícil o combate aos produtos desinformativos, complexificando a tarefa de distinguir o que é fato daquilo que foi criado por algoritmos, sem correspondência com a realidade factual?.

No campo da investigação científica do jornalismo, muitos desses problemas vêm sendo examinados com maior continuidade desde a década de 2010, sobretudo porque “A IA encontra-se num momento de transição: deixando de ser apenas uma *tecnologia*, i.e. um artefacto de cientistas e engenheiros em laboratórios, para se converter em *meio de comunicação*” (VICENTE; FLORES, 2021, p. 177). Apesar de

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://shre.ink/2bci>. Acesso em: 19 ago. 2023.

todo meio de comunicação ser também uma tecnologia, o que os autores provavelmente querem dizer é que a percepção do senso comum e dos cidadãos sobre a IA se modifica para que esta vire um elemento do cotidiano, atravessando as tecnologias que normalmente estes usam para se comunicar e receber/fornecer informações.

Vicente e Flores conduziram um grande levantamento<sup>12</sup> (VICENTE; FLORES, 2021) que cobre esses anos de “cotidianização” da IA e que reverberaram nas pesquisas em jornalismo entre os anos de 2015 e 2020. Os autores detectaram, ao analisar 41 artigos em 20 revistas científicas internacionais de alto impacto, que além do crescimento exponencial a partir de 2018, esses trabalhos se concentraram sobretudo em quatro núcleos temáticos: 1) Uso e construção dos sentidos do jornalismo automatizado a partir da visão dos trabalhadores de imprensa; 2) Avaliação da credibilidade desse jornalismo; 3) Julgamento algorítmico e automatização das tarefas jornalísticas; 4) Prototipagem e desenvolvimento tecnológico no trabalho jornalístico (VICENTE; FLORES, 2021).

Esse levantamento mostra que, após os estudos de percepção empírica de profissionais de imprensa sobre a adoção de IA nas redações, a preocupação com as questões de credibilidade e confiança se tornam centrais na reflexão sobre jornalismo e inteligência artificial.

O jornalismo profissional também não apenas noticia os acontecimentos relacionados à IA como vem, continuamente, produzindo conteúdo de opinião sobre o assunto, avaliando sua repercussão sobre os aspectos técnicos que regem a profissão, bem como os deontológicos e regulatórios, com dilemas antes inexistentes.

#### **4. Inteligência artificial nas páginas do *Washington Post*: análise sintética de resultados**

Para selecionar os textos objeto de análise desse estudo, foram realizadas quatro buscas cruzadas distintas, a partir de termos-chave: 1) *AI+Journalism+Washington Post*, no Google; 2) *Artificial Intelligence +Journalism+Washington Post*, no Google; 3)

---

<sup>12</sup> Um dos primeiros estados da arte em língua portuguesa sobre o assunto.

*AI+Journalism*, no mecanismo interno de pesquisa do jornal; 4) *Artificial Intelligence +Journalism*, no mecanismo interno de pesquisa do jornal. Os resultados foram os seguintes:

**Quadro 1** - Resultados quantitativos das buscas por textos com enfoque em jornalismo e inteligência artificial no *Washington Post*.

Busca 1	Busca 2	Busca 3	Busca 4
7	6	5	2

**Fonte:** a autora.

Dos sete resultados da busca 1, dois eram direcionados a chapéus<sup>13</sup> específicos do veículo; na busca 2, um item se referia a um chapéu, outro à franquia cinematográfica *Star Wars* e um terceiro ao TikTok; na busca 3, três textos tratavam sobre assuntos diferentes daqueles pretendidos (alimentação infantil, conflitos em Cingapura e escrita de diários); por fim, na busca 4, apenas um texto versava, de fato, sobre inteligência e jornalismo. Os textos fora do escopo foram eliminados do *corpus* final. Dessa forma, após essa primeira leitura flutuante, os resultados quantitativos foram:

**Quadro 2** - Resultados quantitativos das buscas por textos com enfoque em jornalismo e inteligência artificial no *Washington Post*, após leitura flutuante.

Busca 1	Busca 2	Busca 3	Busca 4
5	6	4	1

**Fonte:** a autora.

Após esse refinamento, e da observação de quais títulos se repetiam ou não nessas buscas, o *corpus* de análise foi fechado com nove textos que, de alguma maneira, abordam questões que entrelacem jornalismo e inteligência artificial e que fazem parte do rol de perguntas suscitadas por essa relação, entre elas credibilidade e desinformação.

<sup>13</sup> Palavra ou expressão curta colocada acima de um título. Usada para indicar o assunto de que trata o texto ou os textos que vêm abaixo dela (FOLHA DE S. PAULO, sem data).

**Quadro 3** - Matérias com enfoque em jornalismo e inteligência artificial no *Washington Post*.

Título	Autoria	Data	Gênero
“The new AI writing tool might teach us the value of truth”	Megan McArdle	7/12/2022	Opinião
“For writers, AI is like a performance-enhancing steroid”	Karen Attiah	13/01/2023	Opinião
“A news site used AI to write articles. It was a journalistic disaster”	Paul Farhi	17/01/2023	Opinião
“ChatGPT invented a sexual harassment scandal and named a real law prof as the accused”	Pranshu Verma e Will Oremus	5/05/2023	Reportagem
“AI and news literacy: 3 key takeaways”	Valerie Strauss	23/05/2023	Opinião
“OpenAI strikes deal with AP to pay for using its news in training AI”	Gerrit De Vynck	13/07/2023	Notícia
“AI learned from their work. Now they want compensation”	Gerrit De Vynck	16/07/2023	Notícia
“Google pitches media outlets on AI that could help produce news”	Gerrit De Vynck, Elahe Izadi e Paul Farhi	20/07/2023	Reportagem
“Journalists seek regulations to govern fast-moving artificial intelligence technology”	Associated Press	9/08/2023	Notícia

**Fonte:** a autora.

Assim, quatro textos trazem opinião explícita (um na área de educação); dois são reportagens sobre acontecimentos envolvendo jornalismo e inteligência artificial (que levantam aspectos referentes à desinformação, erro, credibilidade no uso de IA); e três

são notícias sobre acordos de empresas de IA e veículos jornalísticos, além de aspectos referentes à regulação das primeiras.

Apesar dos formatos, que levam obviamente a abordagens diferentes do problema, é possível perceber uma espécie de *zeitgeist* que as atravessa e que também se direciona às duas principais preocupações aferidas por Vicente e Flores (2021) na análise da pesquisa científica sobre IA e jornalismo: há uma inquietação precípua com o futuro da profissão sob a perspectiva de seus trabalhadores – incluindo a sobrevivência da área – e receio de perda dos mecanismos eficazes de verificação de fatos desenvolvidos pelo jornalismo, gerando um horizonte em que os limites entre o falso e o verdadeiro se tornam cada vez mais turvos.

Desse modo, os textos, sobretudo “The new AI writing tool might teach us the value of truth”, “For writers, AI is like a performance-enhancing steroid” e “A news site used AI to write articles. It was a journalistic disaster” – os três mais próximos do lançamento do ChatGPT – expressam temor pela novidade, tanto no que diz respeito ao cenário de empregabilidade para jornalistas, quanto em relação à desinformação e à desconfiança se a IA será capaz de oferecer conteúdos credíveis.

O primeiro texto, de McArdle, começa com dois parágrafos gerados pelo ChatGPT, apresentando ao leitor como a ferramenta funciona com precisão e pode se passar com facilidade por um jornalista, incluindo uma afirmação fictícia do presidente estadunidense Joe Biden. E chama a atenção para o fato de que a IA “literalmente não se importa com a verdade” (MCARDLE, 2022). A jornalista ainda lamenta a possibilidade de perder o trabalho para os *bots*, mas reflete que quanto mais as fronteiras entre o falso e o verdadeiro sejam borradas, mas os leitores estarão dispostos a pagar por conteúdo confiável.

Karen Attiah não diverge muito de McArdle e, com a mesma apreensão sobre mercado de trabalho e credibilidade, analisa a situação da CNET, empresa jornalística estadunidense que revelou usar IA para escrever matérias inteiras, de modo automatizado. No entanto, a própria Attiah informa que essa revelação é, também, falsa. “Ao se clicar na nota do autor, a verdade é revelada: ‘Este artigo foi assistido por um mecanismo de IA e revisado, verificado e editado por nossa equipe editorial’”

(ATTIAH, 2022). Ou seja: o conteúdo produzido pela IA da CNET passou por checagem humana.

Esse é o ponto de entrada do artigo de Paul Farhi, que faz uma defesa do jornalismo feito por humanos, sem automação, a partir do caso da CNET, afirmando: “Especificamente, os bots não são melhores no jornalismo – e talvez um pouco piores – do que seus pretensos mestres humanos” (FARHI, 2023).

Os três textos apresentam um misto de medo da IA e defesa do que seria um jornalismo de qualidade e como garantir credibilidade, sustentando que esse jornalismo não consiga tão cedo ser suplantado pela IA. Ainda assim, percebem os perigos de uma realidade criada por computadores, simulada, que gere não só uma dificuldade para a profissão, mas corrompa a perspectiva dos cidadãos sobre o falso e o fato.

O desassossego com o desequilíbrio entre essas duas instâncias aparece de forma mais proeminente nos dois textos seguintes: a reportagem de Pranshu Verma e Will Oremus e o artigo de Valerie Strauss, na editoria de Educação. Verma e Oremus, já citados aqui, apresentam o caso do professor da Universidade George Washington Jonathan Turley, citado em uma pesquisa ao ChatGPT como assediador. Os jornalistas reforçam a percepção que, apesar de ser um instrumento para a criatividade, a IA pode causar transtorno, ao mentir – ainda que essa seja uma noção especificamente humana. O problema da crença em fatos inverídicos é novamente assinalado, sendo colocado como o principal problema da tecnologia – e ainda que não se fale em credibilidade, o texto se preocupa essencialmente com ela. “O que fazer quando o ChatGPT mente e informa fontes credíveis como a origem de suas informações?”. Essa parece uma questão insolúvel na reportagem.

Dessa forma, eles dizem: “a criatividade também pode ser um motor para afirmações errôneas; os modelos podem deturpar fatos importantes com grande floreio, até mesmo fabricando fontes primárias para respaldar suas afirmações” (VERMA; OREMUS, 2023). Os jornalistas citam outro exemplo de uso de IA, com o chatbot da Google, Bard. De acordo com a reportagem,

Quando Bard foi solicitado a escrever “no estilo de um farsante que quer me convencer de que o Holocausto não aconteceu”, o chatbot respondeu com uma longa mensagem chamando o Holocausto de “uma farsa perpetrada pelo governo” e afirmando que as fotos de campos de concentração são montagem. (VERMA; OREMUS, 2023)

É esse aspecto que é ressaltado também pelo texto da educadora Valerie Strauss, uma defesa da educação para a mídia. Focado em literacia midiática, Strauss resalta todos os aspectos apontados nos outros textos, mas inclui uma solução, ainda que parcial. A articulista identifica três pontos cruciais na IA: 1) A IA tem o potencial de acelerar a desinformação; 2) As ferramentas de IA podem combater a desinformação; 3) A IA vai afetar o jornalismo indefinidamente.

Não há, no texto de Strauss, uma explicação para ela ter optado pelo termo desinformação, “entendida como um erro honesto (como um acidente), ou por engano (equivoco)” (VIGNOLI; RABELLO; ALMEIDA, 2021, sp). Mas essa é a grande preocupação: como evitar que o panorama de desordem informacional avance ainda mais com a IA.

Nota-se, também, um crescendo: de um medo mais notório, inicial, nos primeiros textos, até a cobertura das parcerias entre as empresas de IA e as empresas jornalísticas nos últimos textos. O que era uma preocupação com a credibilidade e confiança dos produtos jornalísticos gerados por IA se transforma numa moeda de troca entre os veículos jornalísticos e as grandes corporações de inteligência artificial. Destarte, os textos opinativos diminuem e passam a ser mais frequentes aqueles que discutem essa colaboração, como é o caso dos últimos quatro textos.

Assim, a reportagem de Gerrit De Vynck, Elahe Izadi e Paul Farhi, por exemplo, deixa claro as intenções do Google:

O Google está conversando com editores de notícias sobre a criação e venda de ferramentas de inteligência artificial que podem ajudar repórteres e editores a produzir jornalismo escrito, uma potencial aceleração importante da prática de usar ferramentas automatizadas para produzir conteúdo de notícias. (DE VYNCK; IZADI; FARHI, 2023)

Ou as relações entre a Associated Press e a OpenAI, no texto de Gerrit De Vynck (2023):

A OpenAI, fabricante do ChatGPT, pagará para usar as notícias da Associated Press para treinar seus algoritmos de inteligência artificial, o primeiro grande negócio desse tipo em meio a um crescente debate sobre se as empresas de tecnologia devem pagar aos criadores o conteúdo que eles extraem da web e usam para construir ferramentas de IA.

Apesar do foco mais pragmático, ainda nesses materiais (em todos, vale assinalar) é perceptível algum reporte à noção de credibilidade e o encampamento da verdade como um princípio sólido da *práxis* jornalística. Ao citar a carta aberta de organizações de mídia nos Estados Unidos, a notícia escrita pela própria Associated Press e divulgada no jornal explica:

“Apoiamos o avanço responsável e a implantação da tecnologia de IA generativa, acreditando que uma estrutura legal deve ser desenvolvida para proteger o conteúdo que alimenta os aplicativos de IA, bem como manter a confiança do público na mídia”, disseram as organizações. (ASSOCIATED PRESS, 2023)

Por fim, cabe ressaltar uma ausência nesses materiais publicados pelo *Washington Post*. Apesar de serem representativos das preocupações correntes sobre IA, conforme visto no tópico anterior, muito do que se apresenta é pouco aprofundado e omite o papel do jornal nessa conjuntura. Nenhum dos textos aqui analisados cita o jornal expressamente, não se fala de como o veículo utiliza IA, como se este fosse apenas um observador do panorama ora temerário, ora negociável.

## 5. Considerações finais

De maneira impremeditada, os textos do *Washington Post* analisados apresentaram consonância com o estado da arte da pesquisa sobre jornalismo e inteligência artificial realizado por Vicente e Flores (2021). Ainda que não tratem da credibilidade de forma majoritariamente explícita, o princípio ético da verdade no jornalismo norteia ou compõe todos os textos perscrutados, evidenciando que sob o aspecto deontológico, a maior inquietação é que a produção jornalística automatizada seja impregnada pelo erro e por conteúdos falsos.

Todavia, os textos, mesmo quando opinativos, não possuem profundidade nem complexidade analíticas, entrementes, abarcando a introdução da IA no jornalismo de modo por vezes maniqueísta e impressionista. A mudança de tom entre os textos opinativos e os informativos também sinaliza diferenças entre uma idealização do jornalismo e as suas demandas comerciais.

Por outro lado, cabe ressaltar que a pouca quantidade de material sobre as relações entre jornalismo e IA, indica pouco interesse do jornal em avaliar as circunstâncias das quais ele faz parte, não inadvertidamente, mas como um ator relevante. Somado a isso, a ausência de menções ao uso de IA pelo *Washington Post*, incluindo os textos noticiosos que tratam de eventos em que o jornal participou, também sugere que essa é uma escolha editorial, que coloca em jogo sua credibilidade.

Assim sendo, por mais que os textos se mostrem temerosos com o futuro, esse temor permanece na superfície, não sendo seus pontos confluentes – a desvalorização da profissão e o asseguramento do trabalho com a verdade –, uma questão, de fato, para o *Washington Post*.

## Referências

ASSOCIATED PRESS (ed.). **Journalists seek regulations to govern fast-moving artificial intelligence technology**. 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bZx>. Acesso em: 09 ago. 2023.

ATTIAH, Karen. **For writers, AI is like a performance-enhancing steroid**. 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bZg>. Acesso em: 07 ago. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CASSIDY, John. **Bezos and the Washington Post: A Skeptical View**. 2013. Disponível em: <https://shre.ink/2bZp>. Acesso em: 07 ago. 2023.

CAZZAMATTA, Regina. Uma análise comparada dos códigos de ética jornalística nos países da América do Sul. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 12, n. 1, p. 186-201, 2015.

CERUZZI, Paul. From scientific instrument to everyday appliance: The emergence of personal computers, 1970–77. **History and Technology, an International Journal** 13, no. 1 (1996): 1-31.

CHRISTOFOLETTI, Rogério.; LAUX, Ana Paula França. Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 31, n. 1, 2008. DOI: 10.1590/rbcc.v31i1.194. Disponível em: <https://shre.ink/2bM4>. Acesso em: 19 ago. 2023.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito; DALBEN, Silvia de Freitas. Redes sociotécnicas e controvérsias na redação de notícias por robôs. **Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 15, n. 1, p. 118-140, jun. 2017. Disponível em: <https://shre.ink/2bMw>. Acesso em: 06 ago. 2023.

DENNING, Stephanie. **Why Jeff Bezos Bought The Washington Post**. 2018. Disponível em:

<https://shre.ink/2bMF>. Acesso em: 07 jul. 2023.

DIMITER, Dobrev. A Definition of Artificial Intelligence. Institute of Mathematics and Informatics, Bulgarian Academy of Sciences, **Sofia 1090** (2004).

FARHI, Paul. **A news site used AI to write articles. It was a journalistic disaster.** 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bMX>. Acesso em: 26 jul. 2023.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** (2007). Disponível em: <https://tinyurl.com/arztjhbv>. Acesso em: 07 ago. 2023.

GLAHN, Harry R. Computer-produced worded forecasts. **Bulletin of the American Meteorological Society**, 51, no. 12 (1970): 1126-1132.

LISBOA, Sílvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 2, 2015, p.

MCARDLE, Megan. **The new AI writing tool might teach us the value of truth.** 2022. Disponível em: <https://shre.ink/2bMG>. Acesso em: 07 ago. 2023.

MCCARTHY, John; MINSKY, Marvin; ROCHESTER, Nathan; SHANNON, Claude. **A proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence.** 1955. Disponível em: <https://shre.ink/2bOu>. Acesso em: 07 ago. 2023.

MINSKY, Marvin. **Semantic Information Processing.** Massachusetts: MIT Press, 1968.

OLIVEIRA, André Rosa de. Do RAC ao JGD: evolução computacional das práticas de investigação jornalística por meio de dados. In: **I Seminário de Pesquisa em Jornalismo Investigativo (Abraji)**, Universidade Anhembi-Morumbi, 24 a 26 de julho de 2014. Disponível em: [https://projetos.abraji.org.br/seminario/PDF/1/andre\\_rosa.pdf](https://projetos.abraji.org.br/seminario/PDF/1/andre_rosa.pdf) Acesso: 21 set. 2022.

PEUCER, Tobias. Os relatos jornalísticos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 1 n. 2 – 2º semestre de 2004. p. 13-30.

SEIXAS, Rodrigo. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, v. 18, n. 1, 29 abr. 2019.

STRAUSS, Valerie. **AI and news literacy: 3 key takeaways.** 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bML>. Acesso em: 26 jul. 2023.

VARÃO, Rafiza. Um caminhar vacilante: sobre verdade, erro e crítica da mídia no caso das vacinas vencidas noticiado pela *Folha de S. Paulo*. In: 19º SBPJor-Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2020. **Anais do 19º SBPJor-Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** Brasília: SBPJor, 2021.

VERMA, Pranshu; OREMUS, Will. **ChatGPT invented a sexual harassment scandal and named a real law prof as the accused.** 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2B6V>. Acesso em: 07 ago. 2023.

VICENTE, Paulo Nuno; FLORES, Ana Marta Moreira. Inteligência Artificial e jornalismo:

temas emergentes (2015-2020). In: CORREI, João Carlos; AMARAL, Inês. **De que falamos quando dizemos Jornalismo?** Covilhã: Editora LabCom, 2021, p. 175-194.

VIGNOLI, Richele.; RABELLO, Rodrigo; ALMEIDA, Carlos Cândido de. Informação, Misinformação, Desinformação e movimentos antivacina: materialidade de enunciados em regimes de informação. Encontros **Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, [S. l.], v. 26, p. 01–31, 2021. DOI: 10.5007/1518-2924.2021.e75576. Disponível em: <https://shre.ink/2bMg>. Acesso em: 20 ago. 2023.

VYNCK, Gerrit de. **OpenAI strikes deal with AP to pay for using its news in training AI.** 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bMe>. Acesso em: 07 ago. 2023.

VYNCK, Gerrit de. **AI learned from their work. Now they want compensation.** 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bMB>. Acesso em: 09 ago. 2023.

VYNCK, Gerrit de; IZADI, Elahe; FARHI, Paul. Google pitches media outlets on AI that could help produce news. 2023. Disponível em: <https://shre.ink/2bYJ>. Acesso em: 09 ago. 2023.

WARDLE, Claire. Understanding Information Disorder. First Draft, [s. l.], 22 set. 2020. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>. Acesso em: 07 ago. 2023.

WÖLKER, Anja; POWELL, Thomas E. Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. **Journalism**, v. 22, n. 1, p. 86-103, 2021.