OPEN ACCESS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN
PUCRS FAMECOS

REVISTA FAMECOS
mídia, cultura e tecnologia

Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 33, p. 1-16, jan.-dez. 2026
e-ISSN: 1980-3729 | ISSN-L: 1415-0549

JORNALISMO

Autorregulação dos veículos de mídia em guias e manuais de IA nas redações jornalísticas no Brasil

Self-regulation of media outlets in AI guides and manuals for newsrooms in Brazil
Autorregulación de los medios de comunicación en guías y manuales de IA para redacciones en Brasil

Marlise Viegas Brenol[1]
orcid.org/0000-0002-6245-3916
marlisebrenol@gmail.com

Alciane Baccin[2]
orcid.org/0000-0001-7193-0182
alcianebaccin@unipampa.edu.br

Maíra Evangelista de Sousa[3]
orcid.org/0000-0002-5149-7518
maira.evangelistadesousa@gmail.com

Zanei Ramos Barcellos[4]
orcid.org/0000-0001-8619-6056
zanei.barcellos@gmail.com

Recebido em: 29 abr. 2026.
Aprovado em: 31 maio 2026.
Publicado em: 03 out. 2026.

Este é um artigo de acesso aberto distribuído sob a licença CC-BY 4.0, que permite a cópia e redistribuição do material em qualquer formato e para qualquer finalidade, desde que a autoria original e os créditos de publicação sejam mantidos.

Resumo: O artigo propõe o levantamento e a análise de guias, manuais e orientações sobre o uso de inteligência artificial (IA) generativa produzidos por veículos jornalísticos de maior circulação no Brasil (IVC, 2023) e por iniciativas digitais brasileiras vinculadas à Associação de Jornalismo Digital (Ajor). O levantamento utilizou uma pesquisa exploratória para identificar o corpus de 11 textos: três de jornais de referência (Folha de S. Paulo, Estadão e O Globo) e oito de iniciativas jornalísticas exclusivamente digitais (Comprova, Agência Lupa, Agência Pública, Aos Fatos, Núcleo Jornalismo, Farol Jornalismo, Ajor e Repórteres sem Fronteiras). Como problema de pesquisa, tem-se: como as redações se posicionam para enfrentar a questão da permeabilidade da IA nas rotinas produtivas do jornalismo? O objetivo é identificar temáticas sobressalentes no conjunto dos dados e os sentidos discursivos originados por similitudes e distâncias entre terminologias adotadas nos textos avaliados. A metodologia utilizada é a análise de similitude, com apoio do *software* estatístico Iramuteq. Como resultado, observa-se um incipiente movimento de autorregulação dos usos de IA por jornalistas.

Palavras-chave: Inteligência artificial generativa; Jornalismo digital; Análise de similitude; Manuais de redação.

Abstract: This article proposes a survey and analysis of guides, manuals, and orientations on the use of generative artificial intelligence (AI) produced by major Brazilian news outlets (IVC, 2023) and by Brazilian digital initiatives linked to the Brazilian Association of Digital Journalism (Ajor). The survey used exploratory research to identify a corpus of 11 texts: three from leading newspapers (Folha de S. Paulo, Estadão, and O Globo) and eight from exclusively digital journalistic initiatives (Comprova, Agência Lupa, Agência Pública, Aos Fatos, Núcleo Jornalismo, Farol Jornalismo, Ajor, and Reporters Without Borders). The research problem is: how do newsrooms position themselves to address the issue of AI permeability in journalistic production routines? The objective is to identify prominent themes within the data set and the discursive meanings conveyed by similarities and differences between the terminologies adopted in the evaluated texts. The methodology used is similarity analysis, supported by the Iramuteq statistical software. As a result, an incipient movement of self-regulation of AI use by journalists is observed.

Keywords: Generative artificial intelligence; Digital journalism; Similarity analysis; Style guides.

Resumen: Este artículo propone una encuesta y análisis de guías, manuales y orientaciones sobre el uso de inteligencia artificial (IA) generativa producidos por los principales medios de comunicación brasileños (IVC, 2023) y por iniciativas digitales brasileñas vinculadas a la Asociación Brasileña de Periodismo Digital (Ajor). La encuesta utilizó una investigación exploratoria para identificar un corpus de 11 textos: tres de periódicos líderes (Folha de S. Paulo, Estadão y O Globo) y ocho de iniciativas periodísticas exclusivamente digitales (Comprova, Agência Lupa, Agência Pública, Aos Fatos, Núcleo Jornalismo, Farol Jornalismo, Ajor y Re-

[1] Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil.
[2] Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), São Borja, RS, Brasil.
[3] Universidade da Amazônia (UNAMA), Belém, PA, Brasil.
[4] Universidade de Brasília (UnB), Brasília, DF, Brasil.

porteros sin Fronteras). El problema de la investigación es: ¿cómo se posicionan las redacciones para abordar el tema de la permeabilidad de la IA en las rutinas de producción periodística? El objetivo es identificar temas destacados dentro del conjunto de datos y los significados discursivos transmitidos por similitudes y diferencias entre las terminologías adoptadas en los textos evaluados. La metodología utilizada es el análisis de similitud, con el apoyo del software estadístico Iramuteq. Como resultado, se observa un movimiento incipiente de autorregulación del uso de IA por parte de los periodistas.

Palabras clave: Inteligencia artificial generativa; Periodismo digital; Análisis de similitud; Guías de estilo.

1 Introdução

As interações entre as organizações jornalísticas e as grandes corporações mundiais de tecnologia foram ambivalentes na última década. Por um lado, as *big techs* valeram-se livremente das notícias digitalizadas para arrecadar com publicidade e comercialização de dados coletados dos consumidores de notícias; por outro, os jornais dependiam do impulsionamento algorítmico dos seus conteúdos pelas plataformas de redes sociais e pelos mecanismos de busca para o direcionamento de leitores aos seus próprios *sites* e portais. Na falta de acordos, normatizações e legislações consistentes para remuneração dos jornais, estabeleceu-se, informalmente, um pacto de dependência mútua entre os veículos jornalísticos e as *big techs*, com evidentes desvantagens para a imprensa.

O lançamento do primeiro *chatbot* massivo de inteligência artificial generativa (IAG) pela OpenAI, em novembro de 2022, acentuou as tensões entre os veículos jornalísticos e as grandes desenvolvedoras de tecnologia. Logo, a imprensa percebeu que o ChatGPT e similares concorrentes lançados na sequência seriam usados também como buscadores, migrando usuários dos sistemas de busca mais utilizados, como o Google Search, para os sistemas de IAG.

Esse novo ecossistema comunicacional vale-se dos produtos jornalísticos sem remunerar os produtores, ao mesmo tempo que diminui os acessos aos *sites* jornalísticos. Assim, atinge negativamente as duas principais fontes de arrecadação da imprensa: a venda dos conteúdos e os ingressos publicitários.

O aniversário de um ano do ChatGPT foi marcado por uma mobilização mundial da imprensa. Entidades da sociedade civil ligadas ao jornalismo e a jornalistas, bem como associações representativas dos grupos noticiosos, publicaram seus posicionamentos sobre os usos da inteligência artificial (IA) pelo jornalismo: a *Carta de Paris* (Reporteres Sem Fronteiras, 2023) e os *Princípios Globais para a Inteligência Artificial* (Peyrègne, 2023).

O primeiro documento foi elaborado por 32 personalidades de 20 países ligadas ao jornalismo e à IA, sob a coordenação da jornalista Maria Ressa (Prêmio Nobel da Paz de 2021), e divulgado pelo Repórteres sem Fronteiras (2023). A comissão que elaborou a carta não tinha integrantes brasileiros, mas contou com duas mulheres latino-americanas, uma mexicana e outra venezuelana, líderes de entidades mundiais de imprensa. Entre as entidades representadas pelos integrantes da comissão, nenhuma é específica da América Latina ou de qualquer um de seus países. Já o segundo documento foi produzido por 26 entidades representativas de grupos jornalísticos mundiais, inclusive a Associação Nacional de Jornais. Ambos os documentos reafirmam os princípios éticos e deontológicos do jornalismo diante do novo ambiente organizacional e colocam-se como norte para jornalistas e jornais em relação à IA.

A articulação mundial inspirou manuais, guias e orientações aos jornalistas sobre o uso de IA na produção e circulação de notícias. Para analisar como os veículos brasileiros interpretaram o cenário com IA e orientaram os profissionais, esta pesquisa adota como objeto os manuais e guias elaborados pelos grandes grupos de imprensa nacionais (Estadão, 2023; Folha de S. Paulo, 2024; O Globo, 2024) e por iniciativas digitais (Agência Lupa, 2025; Agência Pública, 2025; Aos Fatos, 2024; Associação de Jornalismo Digital [Ajor], 2024; Comprova, 2024; Farol Jornalismo, 2023; Núcleo Jornalismo, 2025; Repórteres Sem Fronteiras, 2023). O problema de pesquisa configura-se na seguinte pergunta: como as redações se posicionam para enfrentar a questão

da permeabilidade da IA nas rotinas produtivas do jornalismo? Com isso, é possível verificar se há um padrão orientativo para o uso da IA pelos jornalistas, considerando alguns aspectos centrais.

Por fim, o objetivo do trabalho é analisar temáticas sobressalentes no conjunto dos dados e também similitudes e distâncias entre terminologias adotadas nos textos avaliados que evidenciem discursos presentes e ausentes nos manuais de redação e que possam apontar orientações comuns entre os veículos. A metodologia utilizada será a análise de similitude discursiva, com apoio do *software* estatístico Iramuteq.

2 Revisão teórica

O movimento recente relacionado à IAG no jornalismo evidencia a intersecção entre a tecnologia de automação e os processos produtivos, tema estudado no campo há décadas, porém com impactos sobressalentes nas pesquisas mais contemporâneas. A IAG refere-se a algoritmos capazes de gerar textos, imagens, vídeos e outros tipos de conteúdo de maneira autônoma, a partir de bases de dados volumosas disponíveis na internet ou em repositórios de documentos publicados, superando os limites das abordagens automatizadas baseadas em regras fixas ou dados estruturados (Li *et al.*, 2024; Reiter; Dale, 1997).

Para Kai-Fu Lee (2018), a IA como a conhecemos hoje é inserida na sociedade em quatro ondas. A primeira, a IA da internet, impacta o jornalismo pela tecnologia dos motores de recomendação. A segunda, a IA de negócios, é baseada em mineração de bancos de dados massivos (*big data*), ou seja, uma personalização de massa que propicia geração ou otimização de negócios baseada na datificação. A terceira, a IA de percepção, desloca a centralidade da mediação humana para dados e informações e incorpora sensores e dispositivos autônomos. Por fim, a quarta onda, a IA autônoma, depende de que as anteriores sejam bem-sucedidas. Para Lee (2018, p. 156), a autônoma "representa a integração e a culminação das três ondas anteriores, unindo a capacidade das máquinas de fusão de otimizar a partir de conjuntos de dados extremamente complexos e novas capacidades sensoriais". É o caso de *drones* autônomos que fazem entregas de mercadorias e pintam paredes de casas e dos carros sem motoristas que já circulam em alguns países. Este é o ponto no qual o automatizado passa a ser autônomo.

O caminho do automatizado até o autônomo também é percorrido por *softwares* de geração de linguagem natural (GLN). A automação na produção de textos começa no recurso mais básico, como o corretor automático de ortografia em *softwares* de edição de texto, até chegar à tecnologia de dados estruturados eficientes para gerar resumos automatizados. Os primeiros textos deste tipo de tecnologia foram registrados em testes de previsões meteorológicas ainda na década de 1960 (Belz, 2008). Textos técnicos com apoio de GLN, como relatórios esportivos, médicos e financeiros, são publicados desde a década de 1990 (Galily, 2018; Graefe, 2016; Túñez-López; Toural-Bran; Cacheiro-Requeijo, 2018). Mais recentemente, as técnicas automatizadas ou semiautomatizadas envolvendo IA, com algoritmos que coletam, filtram, escrevem, editam, agregam, publicam e distribuem conteúdo, têm ganhado espaço nas redações, principalmente após a década de 2010 (Caswell; Dörr, 2018; Shin, 2022; Thurman; Lewis; Kunert, 2019).

Sousa e Fontes (2024) apontam, a partir da literatura, algumas potencialidades do jornalismo automatizado, tais como: pautar as redações a respeito de tópicos em tendência (agenda); automatizar os processos de busca, classificação, atualização, escrita e publicação dos dados noticiosos; produzir rapidamente textos em vários idiomas; personalizar e agregar conteúdos; melhorar a precisão, visualização e análise de *big data*; implementar custo mínimo na geração de conteúdos. Entretanto, as autoras também chamam atenção para implicações do jornalismo automatizado referentes à substituição de jornalistas por algoritmos, à manutenção dos elementos fundantes do jornalismo, à apuração de informações geradas pela IA, à verificação das fontes, à transparência algorítmica, à personalização das informações, à responsabilidade pelo

conteúdo publicado e às demais questões legais e éticas da profissão.

Ainda que processos de automação venham sendo observados desde a informatização das redações no século passado, a popularização da IAG foi um marco de disrupção pelo potencial de conectar algoritmos de buscadores, *big data* e lógicas generativas. Os algoritmos aptos a gerar conteúdos de maneira autônoma e automatizada tendem a assumir tarefas antes realizadas por humanos, pois acessam com facilidade e rapidez bases de dados volumosas e trabalham para produzir resultados a partir de regras fixas com dados estruturados ou mesmo de maneira autônoma (sem programação prévia), em alguns casos (Li *et al*., 2024; Reiter; Dale, 1997). Tarefas de processamento de linguagem e aplicações de processamento de linguagem natural envolvem tradução automática, tecnologia de tradução, análise de sentimento, recuperação de informação, sistemas de perguntas e respostas, sumarização e simplificação de texto e processamento de fala.

No jornalismo, essas tecnologias têm sido aplicadas em diversas frentes, como na redação automática de artigos, no resumo de notícias e na análise de grandes volumes de dados. O crescimento expressivo da adoção da tecnologia no jornalismo se deu a partir de 2020, segundo Barcellos (2022), por dois fatores principais: a evolução tecnológica acelerada e a datificação da sociedade, o que impactou os processos de produção, distribuição e circulação de notícias.

Ainda que haja casos nos quais a IA seja usada para o desenvolvimento de produtos jornalísticos originais com tecnologia preditiva – como é o caso do Aprovômetro (Brenol; Sousa; Baccin, 2024) –, o fenômeno da IA é um ponto de atenção para pensar o futuro do jornalismo nas sociedades democráticas. De acordo com Silva, Paulino e Ijuim (2024), a introdução dessas ferramentas desafia o papel tradicional dos jornalistas e levanta questões éticas e profissionais importantes. O impacto da IAG no jornalismo não se restringe apenas à automação da produção de conteúdo. Maurício e Almeida (2024) destacam que grandes conglomerados de mídia têm adotado algoritmos para personalizar a experiência do usuário, criando bolhas informativas e reforçando vieses cognitivos. Os pesquisadores, ao discutirem a adoção da IAG por veículos de comunicação brasileiros e os impactos dessa tecnologia na precarização do trabalho jornalístico, apontam que o uso crescente de IA no jornalismo tem levado a cortes de empregos e à desvalorização do trabalho humano na produção de conteúdo.

Para Cruz e Santaella (2024), a IA pode ser uma aliada poderosa para os jornalistas, desde que usada com consciência crítica e ética. As autoras enfatizam que o jornalismo sempre foi impactado por novas tecnologias, e a IAG não é exceção. No entanto, a perda de autonomia dos jornalistas e a crescente dependência de algoritmos são pontos de atenção. Neste sentido, os jornalistas devem continuar a desempenhar o papel de mediadores da realidade, utilizando a IA como um recurso auxiliar, mas sempre com curadoria e avaliação crítica. A pesquisa alerta para os riscos da dependência da IA, como: desinformação e viés algorítmico, redução do pensamento crítico e impacto na credibilidade do jornalismo.

Couraceiro *et al.* (2025) apontam que a manipulação de informações e a possibilidade de *deepfakes* são ameaças à credibilidade do jornalismo. Além disso, há o risco de viés algorítmico, em que decisões automatizadas podem perpetuar desigualdades sociais e econômicas. Neste mesmo sentido, Santos (2024) discute o uso da IAG em organizações de comunicação, destacando limitações e desafios para o jornalismo, como a padronização do discurso e a falta de contexto crítico. A produção automatizada de notícias é tensionada, ainda, pela ausência de um processo crítico de análise e de contraste de fontes, o que exacerba o risco de enviesamento da informação. As notícias passam a ser redigidas com base apenas na informação disponível, sem o crivo ético e profissional que caracteriza o jornalismo de qualidade.

Para Li *et al*. (2024), a produção de textos por IAGs com base em acervos e bancos de dados disponíveis corresponde ao quarto estágio de

desenvolvimento de textos contemporâneos. A primeira fase da produção textual na internet contemplava apenas textos gerados por profissionais (*professionally generated contente* [PGC]); a segunda fase passou a integrar textos gerados pelo usuário (*user-generated contente* [UGC]); a terceira fase foi a de textos gerados com assistência de IA (*AI-assisted generated content* [AIAGC]); e a quarta fase engloba os textos gerados pela IA (*AI-generated content* [AIGC]). Tanto o conteúdo criado pela inteligência natural quanto o PGC e o UGC dependem da habilidade, da imaginação, do conhecimento e de outros fatores humanos, enquanto o AIGC é considerado pelos autores como um modelo sem restrições, gerando "eficiência para gerar textos" (Li *et al*., 2024, p. 66).

Entre as categorias identificadas no estágio AIGC, Li *et al*. (2024) classificam três:

Quadro 1 – Tipos de texto feitos por IAG

Tipo de texto	Utilitário	Criativo	Emotivo
Diferencial do conteúdo gerado	Produz textos com valor prático, como descrições de comércio eletrônico, cartas e relatórios.	Dá mais ênfase à produção de textos criativos e personalizados, como romances, reportagens e poemas.	Foca a diversidade emocional, com expressões ricas e categorias emocionais.
Origem do teor dos dados que geram o conteúdo	Baseia-se em muitos conjuntos de dados e sistemas de conhecimento já padronizados e normalizados.	Foca a exploração de aspectos como linguagem e emoção.	Explora as emoções dos usuários e seus *feedbacks* por meio de modelos algorítmicos e técnicas de análise semelhantes à análise de sentimentos.
Objetivo principal da tipologia	Concentra-se principalmente na entrega de conteúdo e permite a realização rápida de diversas tarefas.	Busca auxiliar na inspiração criativa e gerar dados para o trabalho humano.	Enfatiza a exploração profunda da experiência emocional dos usuários para oferecer um valor agregado maior às decisões empresariais.
Formatos mais usuais	Descrições de produtos para *e-commerce*; Cartas comerciais e comunicados empresariais; Relatórios financeiros e resumos executivos; Manuais técnicos e instruções de uso.	Romances e contos de ficção; Reportagens jornalísticas e artigos de opinião; Poemas e composições líricas; Roteiros para filmes e peças teatrais.	Mensagens de apoio em plataformas de saúde mental; Respostas empáticas em *chatbots* de atendimento ao cliente; Avaliações de produtos com foco em sentimentos do usuário; Postagens em redes sociais com apelo emocional.

Fonte: Baseado em Li *et al*. (2024).

No âmbito da produção, Diakopoulos (2019) já observava a transição para o "jornalismo híbrido", realizado com a colaboração da inteligência humana e artificial. Nesse modelo existente antes da IAG, a IA não atua como substituta absoluta do jornalista, mas é integrada ao fluxo de trabalho para automatizar tarefas secundárias, o que resulta em uma colaboração homem-máquina. Entretanto, essa integração é impulsionada menos por uma evolução teleológica da técnica e mais por pressões macroeconômicas: a crise financeira da indústria, a necessidade de inovação competitiva e uma racionalização profunda do trabalho jornalístico.

Por outro lado, Simon (2023) destaca que a adoção dessas ferramentas introduz uma nova camada de dependência estrutural em relação às *big techs*. A infraestrutura necessária para a produção jornalística contemporânea é controlada por um oligopólio tecnológico, o que gera

implicações para o campo, tais como: a busca pela eficiência produtiva, tensionada pela falta de confiabilidade dos resultados da IA e pelo risco constante de danos reputacionais às instituições noticiosas; a perda de autonomia editorial, pois as ferramentas seguem as bases de dados e diretrizes das empresas de tecnologia, e não necessariamente os valores deontológicos do jornalismo, tornando as redações cada vez mais dependentes de recursos de terceiros; e a subordinação sistêmica, que amplia as dependências já existentes na distribuição de notícias, criando uma dependência crítica no próprio núcleo da produção de conteúdo.

Um dos pontos mais complexos desse processo é o fenômeno da autoria partilhada entre jornalistas e desenvolvedores de algoritmos, que torna a atribuição de responsabilidade editorial e jurídica uma tarefa quase impossível, especialmente em sistemas de *software* livre ou proprietário, dos quais dezenas de programadores participam, desarticulando a figura tradicional do jornalista responsável (Canavilhas, 2024). O desafio do jornalismo híbrido consiste em equilibrar o ganho de escala oferecido pela automação e a preservação da essência humana e autônoma da mediação jornalística frente ao poder hegemônico das plataformas digitais. Essa dificuldade não é exclusiva do jornalismo e está inserida em um quadro mais amplo, chamado de capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020).

Mais do que utilizar o conhecimento disponível para gerar conteúdos, os algoritmos de plataformas utilizam os dados de navegação e as tecnologias de recomendação para modificar comportamentos em uma esfera individual e também social: "os meios de produção estão subordinados a meios de modificação comportamental cada vez mais complexos e abrangentes" (Zuboff, 2020, p. 23). Para Zuboff (2020), o poder das ferramentas e das lógicas digitais conhece e molda o comportamento humano "em prol de finalidades de terceiros". Assim funciona o capitalismo contemporâneo, no qual o jornalismo está inserido.

3 Metodologia

O fenômeno da IAG tem desafiado o campo da comunicação e atinge um dos valores simbólicos mais caros ao jornalismo: a originalidade na produção textual e multimídia. Para compreender como as redações vêm lidando com a tecnologia, como ameaça ou como aliada, este artigo traça o objetivo de identificar as temáticas sobressalentes no conjunto dos dados coletados e os sentidos discursivos originados por similitudes e distâncias entre terminologias adotadas nos textos avaliados de organizações jornalísticas. A metodologia utilizada é a análise de similitude discursiva, com apoio do *software* estatístico Iramuteq (Camargo; Justo, 2013), a qual se baseia na teoria dos grafos para identificar relações de coocorrência entre palavras dentro de um *corpus* textual. Essa abordagem permite visualizar a organização semântica e hierárquica dos termos mais frequentes e suas conexões, gerando grafos de similitude.

A trajetória investigativa iniciou-se com pesquisa exploratória para definição do *corpus* de trechos de guias e manuais que tratassem especificamente sobre o uso de IAG. Essa primeira etapa foi realizada no primeiro semestre de 2025, com buscas avançadas no Google e buscas direcionadas no *site* da Ajor (2024). Após a coleta dos materiais, 11 textos foram agrupados em uma planilha de Excel para a preparação do *corpus*. Todos os textos foram reunidos em um único documento, separados por linhas de comando na linguagem R. Essa preparação é importante para permitir que o *software* Iramuteq realize a segmentação do documento em unidades de texto, geralmente frases ou parágrafos, submetidas à lematização (redução das palavras às suas formas básicas).

O *software* analisa a frequência e as coocorrências das palavras dentro das mesmas unidades de texto para gerar um grafo com base na força das conexões entre os termos. As palavras mais recorrentes aparecem com maior destaque, indicando conceitos estruturantes do discurso. As conexões identificadas ajudam a compreender padrões e redes de sentido; por conseguinte,

permitem uma análise qualitativa da estrutura semântica do texto.

Como guias e manuais jornalísticos possuem uma linguagem técnica e normativa, orientando práticas e padrões éticos no jornalismo, a análise de similitude com o suporte do *software* Iramuteq é adequada para investigar classes semânticas. O método, que revela a estrutura semântica do discurso, permite identificar os termos mais centrais e sua articulação dentro do manual. Desse modo, evidencia conceitos fundamentais da prática jornalística que possibilitam indicar agrupamentos conceituais e mostrar como ética, checagem de fatos, viés algorítmico, supervisão humana e outros temas afins ganham proeminência ou estão ausentes. Dessa forma, a análise de similitude contribui para uma leitura profunda das relações semânticas presentes nos guias jornalísticos e, com isso, revela a estrutura conceitual e argumentativa que os sustenta.

4 Discussão dos resultados

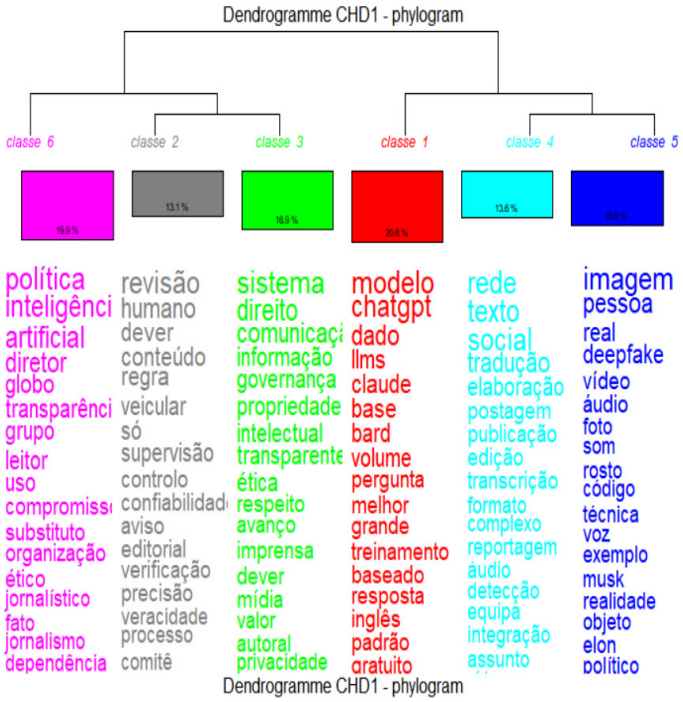
O levantamento resultou em 11 guias, manuais e orientações sobre o uso de IAG produzidos por três jornais de referência – também chamados de jornais de legado (Estadão, 2023; Folha de S. Paulo, 2024; O Globo, 2024) – e por oito iniciativas jornalísticas digitais (Agência Lupa, 2025; Agência Pública, 2025; Ajor, 2024; Aos Fatos, 2024; Comprova, 2024; Farol Jornalismo, 2023; Núcleo Jornalismo, 2025; Repórteres Sem Fronteiras, 2023). A raspagem dos textos foi realizada em 6 de março de 2025 (os textos atualizados após esta data não foram considerados na presente pesquisa).

Os gráficos gerados permitiram a classificação de vocábulos em seis grupos, definidos por aproximação de sentidos. Esse filtro foi aplicado ao conjunto de dados coletados dos textos constantes nos guias e manuais de jornalismo analisados. Também foram gerados agrupamentos temáticos por similitude de palavras.

Para direcionar a análise e responder a uma questão primordial da pesquisa "Quais são os principais vocábulos identificados nos textos de orientação para uso de IAG pelos jornalistas?", foram utilizados os grafos de classes, que permitem uma abordagem qualitativa sobre os sentidos predominantes identificados, e organizadas as classes temáticas em quadros.

O *corpus* relativo às publicações sobre guias e manuais de IAG no jornalismo foi coletado por pesquisa exploratória entre 1º e 31 de janeiro de 2025. O conjunto soma 11 documentos, separados em 439 segmentos de texto, com aproveitamento de 397 (90,43%). Emergiram 16.091 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos). O conteúdo analisado foi assim categorizado: Classe 1, com 20,8% dos segmentos de texto; Classe 2, com 13,1%; Classe 3, com 16,9%; Classe 4, com 13,6%; Classe 5, com 15,9%; Classe 6, com 19,9%.

Figura 1 – Dendrograma das classes de sentidos sobre IAG no jornalismo



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A observação dos conjuntos semânticos a partir do dendrograma (Figura 1) permitiu a descrição temática dos agrupamentos por classe, palavras e contextualização, conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Temáticas observadas nos guias e manuais

Classe	Palavras centrais	Contexto semântico
1	modelo, ChatGPT, dados, treinamento, padrão	Este conjunto de palavras reúne definições, conceitos e explicações sobre o funcionamento de modelos de IAG.
2	revisão, humano, regra, supervisão, dever, conteúdo, veicular, confiabilidade, verificação	Estes termos indicam a importância da supervisão humana antes da veiculação do conteúdo nos canais jornalísticos. Os textos apontam a inspeção como regra inflexível, sob a ameaça de colocar em risco a confiabilidade da informação.
3	sistema, direito, comunicação, transparente, propriedade intelectual, ética	Este conjunto de sentidos reúne segmentos de textos que focam a ingerência da legislação e da ética jornalística em relação à veracidade, à transparência das informações e ao respeito à propriedade intelectual dos conteúdos gerados por IA.
4	rede, texto, social, postagem, tradução, edição, reportagem	Estes termos apontam para a relevância da edição para diferenciar o jornalismo de qualidade dos conteúdos postados em plataformas de redes sociais. As técnicas de apuração e reportagem são ressaltadas como diferenciais, mesmo quando a IAG é utilizada ao longo do processo.
5	imagem, pessoa, *deepfake*, vídeo, áudio, foto, Musk	Estes segmentos textuais focam os riscos associados à geração de textos, vídeos, áudios ou imagens por IAG. As questões associadas à distorção de imagens, como *deepfakes*, são destacadas, especialmente na produção de vídeos.

Classe	Palavras centrais	Contexto semântico
6	política, IA, transparência, compromisso, organização, ética	Estes segmentos textuais destacam a visão das empresas jornalísticas e o papel ético e responsável dessas organizações em relação aos compromissos com o público e à transparência das políticas de uso de IAG no jornalismo. Reivindica-se a obrigatoriedade de selo ou identificação do emprego de IAG em publicações.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Os seis grupos semânticos apontam para questões associadas ao processo produtivo, com orientação de como fazer (Classes 2 e 4), mas também trazem o posicionamento organizacional das empresas jornalísticas quanto à ética, à transparência e às ameaças que a IAG representa (Classes 3 e 6). As Classes 1 e 5 reúnem segmentos textuais mais explicativos e conceituais sobre a tecnologia de IAG. A questão da supervisão humana é um destaque importante, pois ressalta o papel protagonista do jornalista, mesmo quando o uso de IAG estiver autorizado e normatizado. Essa preocupação também fica evidente quando observamos a nuvem de palavras gerada pelo Iramuteq a partir do conjunto de dados, conforme a Figura 2.

Figura 2 – Nuvem de palavras



Fonte: Elaborada pelos autores (2025).

A nuvem de palavras no Iramuteq é gerada a partir da análise de frequência dos termos num *corpus* textual. A ferramenta destaca visualmente as palavras mais recorrentes, evidenciando conceitos ou temas relevantes dentro do conjunto de textos analisados. No caso da nuvem aplicada ao *corpus* dos guias e manuais, sobressaem o uso de IA no conteúdo jornalístico e o dever de considerar o fator humano na produção de texto e imagem.

Os grafos nos permitem afirmar que o objetivo de identificar as temáticas sobressalentes no

conjunto dos dados, bem como as similitudes entre segmentos textuais, tem potencial para colocar em discussão como as redações estão enfrentando a questão da permeabilidade da IAG nas rotinas produtivas do jornalismo. Os resultados da análise visual e estatística constituem, portanto, os elementos estruturantes da abordagem qualitativa realizada a seguir.

4.1 Análise discursiva por conjuntos semânticos

Nesta etapa analítica, os seis grupos semânticos identificados pela ferramenta Iramuteq serão organizados em três conjuntos de análise por similitude. As Classes 2 e 4 serão examinadas qualitativamente por meio da abordagem do "como fazer"; as Classes 3 e 6, sob a perspectiva organizacional das empresas jornalísticas; e as Classes 1 e 5, a partir dos termos mais descritivos e explicativos sobre a tecnologia de IAG.

4.1.1 Explicação sobre as tecnologias de IA e IAG (Classes 1 e 5)

A explicação sobre o funcionamento das IAs está fortemente ancorada na Classe 1 (vermelho), que concentra termos como modelo, ChatGPT, Bard, Claude, dados e base. Essa classe reflete um discurso predominantemente técnico, muitas vezes associado à necessidade de letramento dos jornalistas sobre os fundamentos da IAG. Entretanto, nota-se também intersecção com a Classe 5 (azul), no que se refere às limitações e aos desafios técnicos, como *deepfake*, reconhecimento de voz e manipulação de imagens.

No conjunto de documentos, os sentidos dominantes estão centrados em fundamentos técnicos que sustentam o funcionamento dos modelos de IAG, como ChatGPT, Bard, Claude, Gemini e LLaMa. As definições de conceitos como *machine learning*, *deep learning*, *large language models* (LLMs) e modelos de difusão aparecem de forma recorrente, assim como a explicação dos riscos técnicos associados a essas tecnologias, incluindo alucinações, erros, vieses e limitações estruturais.

Outro eixo central desse campo de sentido é o debate sobre a propriedade dos dados utilizados no treinamento das IAs, tema que conecta diretamente questões éticas, legais, econômicas e de governança informacional. Nos jornais de legado, como Folha de S. Paulo (2024), O Globo (2024) e Estadão (2023), a abordagem tende a ser mais institucional e pedagógica, voltada a explicar o funcionamento da IA como uma ferramenta aliada à prática jornalística, mas sempre reforçando os valores do jornalismo profissional frente às ameaças da desinformação.

Na *Política de uso de ferramentas de Inteligência Artificial* do Estadão (2023), há um item inteiro dedicado a explicar os conceitos amplos de IA, não apenas do tipo generativa. Ou seja, percebe-se uma preocupação em contextualizar a tecnologia e a terminologia ao associá-las ao campo de conhecimento da ciência da computação, "dedicado ao desenvolvimento de sistemas e tecnologias capazes de realizar tarefas equivalentes às desempenhadas pela inteligência humana". No texto do Comprova (2024) há, ainda, uma contextualização histórica sobre o termo IA: criado em 1956, durante a Conferência de Dartmouth, nos Estados Unidos, pelos pesquisadores John McCarthy, Marvin Minsky, Nathaniel Rochester e Claude Shannon.

Existe também uma explicação sobre os tipos de "tarefas humanas" realizadas pela IA, como o reconhecimento de fala e de imagens, a tradução de idiomas "e, em determinadas situações, a tomada de decisões". A ênfase no discurso de substituição de fazeres e saberes humanos visa explicar o conceito de aprendizagem de máquina, mediante expressões como "qualidades humanas que as máquinas podem desenvolver", quais sejam, aprender e se adaptar a novas informações. O texto continua com a seguinte frase: "Estamos falando de uma Inteligência Artificial capaz de aprender a partir de uma determinada base de dados sem que receba explicitamente um comando para fazer isso" (Estadão, 2023). A explicação é ampliada para a lógica de IA que comanda a circulação de conteúdos em algoritmos de redes sociais e plataformas de *streaming* e de comércio eletrônico, citando até veículos

automotores autônomos para chegar à IAG.

> A Inteligência Artificial Generativa (IAG) é um subcampo da Inteligência Artificial que promove a criação – ou a geração, daí o nome generativo – de novos conteúdos. Aqui, estamos falando de textos, imagens, vídeos, códigos de computação, áudios e músicas, por exemplo. A IAG utiliza modelos treinados em grandes volumes de dados para aprender padrões e características que podem ser combinados e transformados em novos conteúdos, diferenciando-se de outras formas de IA que são mais focadas em análise ou previsão (Estadão, 2023).

No texto explicativo e conceitual do Estadão (2023), o discurso tecnológico enfatiza termos como "substituição", "tarefas humanas", "qualidades humanas" e "textos naturalmente escritos". O uso do "humano" como analogia ao funcionamento dos modelos computacionais é destaque na elaboração do material.

Por outro lado, nos textos publicados pelas iniciativas digitais (Agência Lupa, 2025; Agência Pública, 2025; Ajor, 2024; Aos Fatos, 2024; Comprova, 2024; Farol Jornalismo, 2023; Núcleo Jornalismo, 2025; Repórteres Sem Fronteiras, 2023), a explicação da tecnologia é muito mais aprofundada no aspecto técnico, trazendo uma análise crítica sobre os processos algorítmicos, os riscos de dependência tecnológica e a concentração de poder nas mãos de poucas *big techs*. Um exemplo é a *Política de uso de Inteligência Artificial* da iniciativa digital Núcleo Jornalismo (2025), que pondera os amplos sentidos atribuídos ao termo "inteligência artificial" e exige maior especificidade, com a adoção de termos como *machine learning* ou aprendizado de máquina. Para isso, o veículo recorre à seguinte definição cunhada pela autora do livro *Artificial intelligence*: a guide for thinking humans, Melanie Mitchell (*apud* Núcleo Jornalismo, 2025):

> Simulação computacional de capacidades humanas em áreas bem definidas, mais comumente através da aplicação de abordagens de aprendizado de máquina, um subconjunto de IA em que as máquinas aprendem, por exemplo, a partir de dados ou de seu próprio desempenho.

O documento também aborda o que chama de IA de alto risco, ou seja, os LLMs, um subconjunto da IA ou IAG para textos. Apesar de trazer uma explicação para o modelo, não deixa claro que os LLMs se aplicam especificamente à geração textual, e não a todo tipo de IA, já que consistem em grandes bases de dados textuais destinadas a prever a próxima palavra, frase ou sequência de texto, gerando linguagem natural. A falta de detalhamento de aspectos específicos da tecnologia conota a ausência de um discurso aprofundado por parte do veículo, o que requer maior cautela e apuração por parte dos jornalistas.

4.1.2 Como fazer uso da IAG (Classes 2 e 4)

Um conjunto de sentidos apreendidos nos textos de manuais e políticas de uso reflete o modo de fazer, ou seja, aquilo que pode e o que não pode ser feito pelas equipes de conteúdo jornalístico. A maior parte dos veículos analisados (Agência Pública, 2025; Estadão, 2023; Núcleo Jornalismo, 2025; O Globo, 2024*;* Folha de S. Paulo, 2024) apresenta uma listagem dos usos éticos da IA aceitos, seguindo uma orientação de transparência metodológica perante o leitor.

A orientação sobre o uso prático da IA no cotidiano das redações está diretamente alinhada à Classe 2 (cinza) e Classe 4 (ciano). A primeira reforça a centralidade do papel humano na supervisão, na revisão, no controle e na verificação dos conteúdos, buscando assegurar a eles confiabilidade e veracidade. Já a Classe 4 enfatiza o uso da IA como apoio aos processos produtivos usuais, como tradução, transcrição, formatação e edição de textos, isto é, configura um uso mais operacional e pragmático da tecnologia.

No que se refere à orientação sobre o uso jornalístico da IA, os sentidos dominantes revelam um consenso: a utilização da IA é consentida apenas para tarefas auxiliares, como transcrição, tradução, organização de dados, geração de sumários e checagem preliminar. Além disso, a transparência com os leitores sobre o uso da IA é um princípio transversal.

Nos jornais de legado, observa-se uma adoção tecnológica cautelosa e instrumental, sendo a IA utilizada prioritariamente para a automação de tarefas operacionais, como otimização para

motores de busca (*search engine optimization*), produção de versões de reportagens e análise de dados para distribuição. Nesses veículos, o uso da IA é condicionado à existência de processos formais de supervisão, amostragem e controle, o que reforça uma lógica de governança hierárquica e institucionalizada, exemplificada pela criação de comitês internos, como no caso do Estadão.

Por outro lado, as iniciativas digitais adotam uma postura significativamente mais normativa e restritiva no que diz respeito à geração de conteúdos finais por intermédio de IA. Aos Fatos (2024), Núcleo Jornalismo (2025) e Agência Pública (2025), por exemplo, proíbem expressamente o uso de IA na redação de reportagens, autorizando a ferramenta exclusivamente para atividades de apoio, como sumarização, transcrição, tradução e automação de processos internos, mas nunca como substituta do trabalho humano na produção editorial. Nesses casos, há uma ênfase clara na rastreabilidade, na responsabilidade editorial coletiva e na ética digital, incluindo preocupações com os impactos ambientais associados ao uso intensivo de IA, como o consumo de energia e água. Esse aspecto foi explicitamente destacado na política da Agência Lupa (2025).

No documento da Agência Pública (2025), a orientação para informar o leitor sobre o uso das ferramentas de IA fica explícita no seguinte trecho:

> Conteúdos produzidos, total ou parcialmente, realizados por IA serão claramente assinalados aos leitores e usuários. Toda vez que uma ferramenta for utilizada na redação, transcrição, tradução ou em qualquer etapa do processo, isso será informado no produto final (Agência Pública, 2025).

Já o Núcleo Jornalismo (2025) impõe uma vedação expressa: "IAs para gerar conteúdo completo de uma publicação não são permitidas". Seu manual pondera o uso de ferramentas para transcrição, organização de dados, geração de ideias, elaboração de rascunhos e checagem de fatos. O documento destaca um ponto central neste conjunto de sentidos: "a decisão editorial final sempre cabe a uma pessoa humana" (Núcleo Jornalismo, 2025).

4.1.3 Posicionamento ético e organizacional em relação à IA (Classes 3 e 6)

As diretrizes éticas, as políticas de governança e os compromissos institucionais se alinham fortemente às Classes 3 (verde) e 6 (magenta). A Classe 3 revela uma preocupação normativa com os princípios de transparência, ética, direito, propriedade intelectual e comunicação pública, aspectos fundamentais na formulação de políticas institucionais. A Classe 6 introduz uma camada crítica ao abordar o contexto político-institucional, alertando para a dependência tecnológica, os riscos à autonomia jornalística e os compromissos com a sociedade no enfrentamento dos desafios trazidos pela IA.

Os sentidos dominantes para os veículos, na qualidade de organizações orientadas por pressupostos éticos, envolvem o compromisso com a transparência acerca do uso da IA, tanto internamente quanto perante o público, a observância das legislações de privacidade e proteção de dados e a defesa da propriedade intelectual dos conteúdos jornalísticos frente às *big techs*. Os jornais de legado tendem a enfocar a proteção da marca, do conteúdo e da reputação institucional, por meio de políticas centradas em *compliance*, com regras que reforçam o controle editorial interno, alinhadas a padrões globais (referência ao *New York Times*, à *Associated Press* e ao *The Guardian*) e com forte preocupação em proteger ativos empresariais, como dados, imagens, textos, segredos comerciais e conteúdos proprietários.

No documento da Folha de S. Paulo (2024) há uma explicitação dos critérios de governança editorial para resguardar a privacidade, a integridade da informação e a responsabilidade pública, "elementos fundamentais para a manutenção da confiança dos leitores". Já no documento do jornal O Globo (2024), o discurso destaca as "diretrizes éticas do Grupo Globo", como os princípios de transparência, privacidade, proteção de dados e respeito aos direitos autorais, além de prescrever que os conteúdos produzidos mantenham os "padrões editoriais e os valores jornalísticos da empresa".

As iniciativas digitais, por sua vez, defendem uma governança ética mais coletiva e voltada para o bem público, com ênfase na mitigação de riscos para o ecossistema informacional, na desinformação, nos *deepfakes* e no uso consciente da IA. Além disso, aparecem preocupações com a soberania da informação (dependência de modelos estrangeiros) e com a educação midiática, incluindo a conscientização do público sobre o funcionamento das IAs e os riscos associados.

A camada crítica fica evidente no Guia da Ajor (2024) quando o documento afirma que a IAG não pode ser vista como um substituto do profissional, sob o risco de levar organizações a depender de ferramentas controladas por plataformas de tecnologia, ou seja, passíveis de mudanças que podem alterar seu funcionamento e seu custo. Há, inclusive, uma recomendação de uso com moderação para otimizar processos, mas sem perder a autonomia operacional da organização nem a confiabilidade da armazenagem de dados.

Aspectos éticos também estão presentes no documento da Agência Pública (2025), que afirma o seguinte:

> Nunca será feito uso de ferramentas de IA para modificar ou criar imagens, vídeos ou áudios com intuito de alterar a realidade, falsificar informações ou induzir ao erro. Reconhecemos que essas ferramentas operam por identificação de padrões e não possuem compreensão da veracidade dos fatos.

5 Conclusões

Diante da ausência de regulamentação específica sobre IA no Brasil, este estudo observa, no discurso dos guias e manuais das empresas de mídia, um movimento em direção à autorregulação como mecanismo de proteção da integridade da informação, prestação de contas ao leitor e orientação ao jornalista. As organizações adotam não apenas diretrizes pedagógicas, mas também instrucionais (como fazer), no sentido de implementar parâmetros internos claros e, via de regra, com supervisão humana.

A análise, porém, evidenciou distinções entre os grupos observados. Os jornais de legado adotam um discurso mais corporativo, institucional e pragmático, buscando equilíbrio entre inovação e proteção de sua reputação e de seu modelo de negócios. As iniciativas digitais, por sua vez, constroem um discurso muito mais ancorado na ética digital, na transparência, na defesa do interesse público e na mitigação dos impactos sociais e ambientais da IA, por isso se alinham aos princípios jornalísticos do combate à desinformação e da comunicação pública.

Os veículos de iniciativa digital tendem a publicar manuais com abordagem mais técnica e operacional, enquanto os veículos pertencentes a grandes organizações de mídia apresentam preocupações mais acentuadas com questões de governança.

Quadro 3 – Jornalismo e IA

Categoria	Jornais de legado	Iniciativas digitais
Explicação da tecnologia	Funcional, institucional, defensiva.	Crítica, técnica, informativa, com viés educativo e ético.
Uso jornalístico	Flexível, instrumental, supervisionado.	Restritivo, ético, não gera conteúdo final sem humanos.
Política e ética	Proteção corporativa, controle editorial.	Governança ética, proteção coletiva do ecossistema informacional.

Fonte: Elaboração dos autores (2025).

As conclusões deste estudo nos permitem afirmar que os veículos analisados estão adotando posicionamentos sobre a emergência do uso de IA, em especial da generativa, ainda que em estágio inicial. Ao analisar o fenômeno à luz da categorização de Li *et al*. (2024), é possível inferir que a imprensa brasileira orienta predominantemente o uso de AIAGC e rechaça a adoção de AIGC. A transparência em relação ao uso também pode ser evidenciada. Esses aspectos

demonstram uma tentativa de autorregulação interna, considerando a ausência de legislação sobre IA no Brasil em 2025.

Há, ainda, temas relevantes ausentes ou abordados textualmente de forma superficial. Entre eles, apontamos o impacto ambiental da IA, especialmente relacionado ao consumo de energia e água que o uso excessivo dessa tecnologia pode gerar. Os jornais de legado não abordam esse tema, apesar de ele constituir um debate crescente no campo das tecnologias digitais. Entre os veículos digitais, apenas a Agência Lupa (2024) traz essa reflexão.

Outro ponto ausente nos documentos, abordado por Cruz e Santaella (2024) e por Couraceiro *et al*. (2025), é a falta de referência concreta a estratégias para mitigação de vieses de gênero, raça, classe ou região nos conteúdos mediados por algoritmos de IA, o que pode ser considerado grave, dependendo do aproveitamento dos resultados, bem como da opacidade das bases de dados que alimentam os modelos, mesmo aqueles geridos ou desenvolvidos pelas empresas de mídia. A questão da ameaça à integridade da informação jornalística também foi pouco abordada, tendo sido citada superficialmente pelo Estadão (2023) e pelo documento dos Repórteres sem Fronteiras (2023) na relação com os algoritmos de personalização e circulação de conteúdos. A questão da manipulação de conteúdos, dos *deepfakes* e da desinformação não figura associada ao uso de IAG nos textos analisados.

Recomenda-se repetir o estudo em um período futuro. Novas pesquisas podem ampliar o *corpus*, incluindo documentos a serem produzidos, bem como podem observar alterações nos discursos da mídia sobre a IA ao longo do tempo, já que o estudo está limitado aos textos publicados até 2025. Neste sentido, novas abordagens podem verificar se as ausências identificadas neste estudo passaram a ser consideradas nos discursos documentados.

Referências

AGÊNCIA LUPA. *Diretrizes para o uso de inteligência artificial na Lupa*. Rio de Janeiro: Agência Lupa, 30 jan. 2025. Disponível em: https://www.agencialupa.org/institucional/2025/01/30/diretrizes-para-o-uso-de-inteligencia-artificial-na-lupa#:~:text=Principais%20usos%20da%20IA%20na,padr%C3%B5es%20em%20conjuntos%20de%20dados. Acesso em: 19 jun. 2025.

AGÊNCIA PÚBLICA. *Política de uso de Inteligência Artificial (IA)*. São Paulo: Agência Pública, 2025. Disponível em: https://apublica.org/politica-de-uso-de-inteligencia-artificial-ia/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 19 jun. 2025.

AOS FATOS. *Política de uso de inteligência artificial do Aos fatos*. Rio de Janeiro: Aos Fatos, 7 jul. 2024. Disponível em: https://www.aosfatos.org/politica-ia/. Acesso em: 19 jun. 2025.

ASSOCIAÇÃO DE JORNALISMO DIGITAL. *Guia de inteligência artificial para organizações jornalísticas*. São Paulo: AJOR, 2024.

BARCELLOS, Z. R. Tendências e usos contemporâneos da inteligência artificial pelo jornalismo. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 20., 2022, Fortaleza. *Anais* [...]. Campinas: Galoá, 2022. p. 1-15.

BELZ, A. Automatic generation of weather forecast texts using comprehensive probabilistic generation-space models. *Natural Language Engineering*, Cambridge, v. 4, n. 4, p. 431-455, out. 2008. Disponível em: https://doi.org/10.1017/S1351324907004664. Acesso em: 11 jun. 2026.

BRENOL, M. V.; SOUSA, M. E.; BACCIN, A. N. Produtos jornalísticos estruturados em inteligência artificial: o caso do aprovômetro. *In*. CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C.; GIACOMELLI, F. (org.). *Inteligência artificial e jornalismo móvel*: contextos, tendências, práticas e perspectivas. Covilhã: LabCom, 2024. p. 2-276.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. *Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ*. Florianópolis: EdUFSC, 2013.

CANAVILHAS, J. Jornalismo sem jornalistas? Responde a inteligência artificial. *In*: CAMPONEZ, C.; OLIVEIRA, M. (org.). *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2023/2024*: lusofonias e decolonialidade. Lisboa: LusoCom, 2024. p. 189-205.

REPORTERES SEM FRONTEIRAS. *Carta de Paris sobre IA e jornalismo*. Paris: RSF, 2023.

CASWELL, D.; DÖRR, K. Automated journalism 2.0: event-driven narratives. *Journalism Practice*, Londres, v. 12, n. 4, p. 477-496, maio 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1320773. Acesso em: 13 jun. 2026.

COMPROVA. *Inteligência artificial*: o básico para entendê-la. São Paulo: Projeto Comprova, 2024. Disponível em: https://projetocomprova.com.br/inteligencia-artificial-o-basico-para-jornalistas/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 19 jun. 2025.

COURACEIRO, P. *et al*. *IAGenerativa*: riscos e oportunidades para o jornalismo. Lisboa: OberCom, 2025. Disponível em: https://www.obercom.pt/ia-generativa-riscos-e-oportuidades-para-o-jornalismo/. Acesso em: 25 jun. 2026.

CRUZ, K.; SANTAELLA, L. *Jornalismo e Inteligência Artificial podem caminhar juntos?* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2024.

DIAKOPOULOS, N. *Automating the news*: how algorithms are rewriting the media. Cambridge: Harvard University Press, 2019.

ESTADÃO. *Política de uso de ferramentas de inteligência artificial*. São Paulo: Estadão, 22 nov. 2023. Disponível em: https://www.estadao.com.br/amp/link/estadao-define-politica-de-uso-de-ferramentas-de-inteligencia-artificial-por-seus-jornalistas-veja/. Acesso em: 19 jun. 2025.

FAROL JORNALISMO. *O mínimo que um jornalista precisa saber sobre Inteligência Artificial*. Porto Alegre: Farol Jornalismo, 2023.

FOLHA DE S. PAULO. Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância. São Paulo: *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: 19 jun. 2025.

GALILY, Y. Artificial intelligence and sports journalism: is it a sweeping change? *Technology in Society*, Amsterdã, n. 54, p. 47-51, ago. 2018. Disponível em: https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.03.001. Acesso em: 16 jun. 2026.

GRAEFE, A. Guide to automated journalism. Nova Iorque: *Columbia Journalism Review*, 7 jan. 2016. Disponível em: https://www.cjr.org/tow_center_reports/guide_to_automated_journalism.php. Acesso em: 7 abr. 2023.

LEE, K. F. *Inteligência artificial*: como os robôs estão mudando o mundo, a forma como amamos, nos relacionamos, trabalhamos e vivemos. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2018.

LI, B. *et al*. Advances and challenges in artificial intelligence text generation. *Frontiers of Information Technology & Electronic Engineering*, Berlim, v. 25, n. 1, p. 64-83, fev. 2024. Disponível em: https://doi.org/10.1631/FITEE.2300410. Acesso em: 10 jun. 2026.

MAURÍCIO, P.; ALMEIDA, R. O documento do Grupo Globo sobre uso da IA e a subsunção real do trabalho dos jornalistas. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA UNIÃO LATINA DE ECONOMIA POLÍTICA DA INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DA CULTURA, 10., 2024, São Cristóvão. *Anais* [...], Sergipe: UFS, 2024.

NÚCLEO JORNALISMO. *Política de uso de inteligência artificial*. São Paulo: Núcleo Jornalismo, 2 jun. 2025. Disponível em: https://nucleo.jor.br/politica-ia/. Acesso em: 19 jun. 2025.

O GLOBO. *Princípios editoriais do Grupo Globo*. Rio de Janeiro: G1, 2024. Disponível em: https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html#Apuracao_producao_e_distribuicao_de_jornalismo_com_auxilio_de_IA. Acesso em: 19 jun. 2025.

PEYRÈGNE, V. *Global principles on Artificial Intelligence (AI)*. Frankfurt: WAN-IFRA, 2023.

REITER, E.; DALE, R. Building applied natural language generation systems. *Natural Language Engineering*, Cambridge, v. 3, n. 1, p. 57-87, maio 1997. Disponível em: https://web.science.mq.edu.au/~rdale/publications/papers/1997/jnle97.pdf. Acesso em: 14 jun. 2026.

SANTOS, M. C. Inteligência artificial customizada e automação de processos: por que o ChatGPT não serve para organizações? *Organicom*, São Paulo, v. 21, n. 44, p. 38-54, maio 2024. Disponível em: https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.220971. Acesso em: 19 jun. 2026.

SHIN, D. Expanding the role of trust in the experience of algorithmic journalism: user sensemaking of algorithmic heuristics in korean users. *Journalism Practice*, Londres, v. 16, n. 6, p. 1168-1191, dez. 2022. Disponível em: https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1841018. Acesso em: 15 jun. 2026.

SILVA, F. O.; PAULINO, R. C. R.; IJUIM, J. K. Uma reflexão sobre a produção de conhecimento no jornalismo no contexto da Inteligência Artificial Generativa. *Asas da Palavra*, Belém, v. 21, n. 1, p. 151-174, jun. 2024. Disponível em: https://doi.org/10.63638/asas.v21i1.3392. Acesso em: 17 jun. 2026.

SIMON, F. M. Escape me if you can: how ai reshapes news organisations' dependency on platform companies. *Digital Journalism*, Londres, v. 12, p. 149-170, nov. 2023. Disponível em: https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2287464. Acesso em: 23 mar 2026.

SOUSA, M. E.; FONTES, A. J. Tendência conceitual para o jornalismo automatizado: uma análise entre 2018 e 2022. *E-Compós*, Brasília, DF, v. 27, p. 1-20, ago. 2024. Disponível em: https://doi.org/10.30962/ecomps.3035. Acesso em: 21 abr. 2026.

THURMAN, N.; LEWIS, S. C.; KUNERT, J. Algorithms, automation, and news. *Digital Journalism*, Londres, v. 7, n. 8, p. 980-992, nov. 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1685395. Acesso em: 11 maio 2026.

TÚÑEZ-LÓPEZ, J. M.; TOURAL-BRAN, C.; CACHEIRO-REQUEIJO, S. Uso de bots y algoritmos para automatizar la redacción de noticias: percepción y actitudes de los periodistas en España. *Profesional de la información*, Birmingham, v. 27, n. 4, p. 750-758, jul. 2018. Disponível em: https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.04. Acesso em: 12 jun. 2026.

ZUBOFF, S. *A era do capitalismo de vigilância*: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

Marlise Viegas Brenol

Doutora e mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Alciane Baccin

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e em Ciências da Comunicação pela Universidade da Beira Interior, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) da Universidade Federal do Pampa (Unipampa).

Maíra Evangelista de Sousa

Pós-doutora em Comunicação, Cultura e Amazônia pela Universidade Federal do Pará (UFPA), doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFPA. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC) e dos cursos de Comunicação Social da Universidade da Amazônia.

Zanei Ramos Barcellos

Pós-doutor em Inteligência Artificial e Jornalismo pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU), doutor em Gestão Urbana e mestre em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná. Professor de Jornalismo Digital na graduação e pós-graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Endereço para correspondência

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Campus Darcy Ribeiro, ICC Norte

Asa Norte, 70910-900

Brasília, DF, Brasil

Como citar este artigo:

Brenol, M. V., Baccin, A., Evangelista Sousa, M., & Ramos Barcellos, Z. Autorregulação dos veículos de mídia em guias e manuais de IA nas redações jornalísticas no Brasil. Revista FAMECOS. https://doi.org/10.15448/1980-3729.2026.1.49262

Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.