

## IA, (des)informação e (des)contextualização no jornalismo<sup>14</sup>

A.I., (mis)information and (de)contextualization in journalism

IA, (des)información y (des)contextualización en el periodismo

Paulo Pessôa<sup>15</sup>

Ivan Bomfim<sup>16</sup>

### Resumo

O artigo propõe, em caráter ensaístico, uma reflexão sobre os recentes debates em torno das produções automatizadas de notícias realizadas por ferramentas e plataformas de inteligência artificial. Dentre as recentes discussões sobre a defesa do jornalismo realizado por profissionais humanos, os conceitos basilares estão sendo revisados e tensionados diante das atualizações de produções jornalísticas. Entre suas fundamentações, a contextualização tem se destacado como um elemento basilar da notícia que necessita de revisitação e, após definição, pode ser um passo para o diferencial do jornalismo produzido por humanos e por robôs, contribuindo para evitar propagação de futuras desinformações em um cenário comunicacional de desordem informativa.

**Palavras-chave:** Inteligência artificial no jornalismo. Contextualização. Desinformação.

### Abstract

The article proposes, in an essayistic nature, a reflection on the recent debates surrounding automated news productions carried out by artificial intelligence tools and platforms. Among the recent discussions about the defense of journalism carried out by human professionals, the basic concepts are being revised and stressed in the face of updates to journalistic productions. Among its foundations, contextualization has stood out as a basic element of news that requires revisiting and, after definition, can be a step towards differentiating journalism produced by humans and robots. Contributing to preventing the spread of future misinformation in a communication scenario of information disorder.

**Keywords:** Artificial intelligence in journalism. Contextualization. Disinformation.

### Resumen

El artículo propone, con carácter ensayístico, una reflexión sobre los debates recientes en torno a la producción informativa automatizada realizada por herramientas y plataformas de inteligencia artificial. Entre las recientes discusiones sobre la defensa del periodismo llevadas a cabo por profesionales humanos, se revisan y enfatizan los conceptos básicos de cara a las actualizaciones de las producciones periodísticas. Entre sus fundamentos, la contextualización ha destacado como un elemento básico de las noticias que requiere revisita y, tras su definición, puede ser un paso hacia la diferenciación del periodismo producido por humanos y robots. Contribuir a prevenir la difusión de futuras desinformaciones en un escenario comunicacional de desorden informativo.

**Palabras clave:** Inteligencia artificial en el periodismo. Contextualización. Desinformación.

14 Trabalho apresentado no XXVI Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação: O Jornalismo como profissão e a regulamentação das plataformas digitais, 2023.

15 Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) como bolsista CAPES. Bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário Internacional- UNINTER (2023). paulo.pterceiro@gmail.com

16 Docente do curso de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo da UEPG. ivanbp17@yahoo.com.br

## INTRODUÇÃO

O presente artigo, produzido em forma de ensaio, procura debater os impactos que as tecnologias de inteligência artificial poderão ter sobre a produção jornalística. Mais especificamente, ponderamos tal situação no que tange à contextualização das informações, processo essencial para a compreensão do público acerca das notícias, mas que, marcadamente, não é tema de discussão pelos pesquisadores, como apontado por Bomfim (2022), Carvalho *et al.* (2021), Lückman (2020) e van Dijk (2008). Em um cenário marcado pela desordem informacional (WARDLE, 2020), pontuamos a constituição contextual como diferencial do jornalismo “humano”, de forma a escapar do constante risco de alucinações da inteligência artificial, manifestado na produção de desinformação pelo próprio jornalismo.

## O JORNALISMO E A NOVA PROPOSTA DE PRODUÇÃO

O cenário comunicacional contemporâneo encontra-se em profunda e constante evolução com frequentes avanços tecnológicos e modificações nos modos como nos comunicamos em sociedade. Essas alterações no quadro comunicacional estão em constante avaliação e nos holofotes dos estudos que sugerem debates, a fim de compreender a atual desordem comunicacional, na qual informações se misturam com opiniões, comentários, produções satíricas e desinformações em um quantitativo que impacta a compreensão da realidade por parte dos usuários digitais.

Elementos como a desinformação, falta de compreensão sobre certas temáticas e o modo como eventos e fatos são apresentados, sempre foram fatores que eram determinantes na compreensão ou não da realidade ao redor de um sujeito consumidor de informação. No entanto, a diferença, como salientam Oliveira *et al.* (2021), o constante aumento de informações sobre temáticas específicas, que se espalham em um curto período de tempo, seja por comoção social ou pela facilidade de compartilhamento tecnológico, pode ser conflitante para um consumidor de informação, ao ponto de encontrar dificuldade em compreender a sua realidade social e como certos eventos podem impactá-la.

A necessidade de absorver e compreender diversos eventos ao redor do mundo que se interligam à uma realidade local, somada com o alto fluxo de material sobre certos fatos e compartilhamento de um amálgama de informação e desinformação em seus diferentes níveis de produção, ocasiona o que Oliveira *et al.* (2021) identificam como infoxicação, sendo “a dificuldade do indivíduo compreender o excesso de informações recebidas, sendo em sua grande maioria disseminadas através de meios digitais, além da dificuldade de discernir a veracidade, propriedade e importâncias das explicações” (OLIVEIRA *et al.*, 2021, p. 25202). Wilke (2020) complementa tal definição, acrescentando que grande parte desse alto volume de conteúdo é de baixa qualidade e carregado de preconceitos, além de disseminar discursos de ódio, o que contribui para que a informação seja tóxica ao sujeito que irá ter contato com ela.

Somado a esse cenário que Wardle (2020) nomeia de desordem informacional, o jornalismo abraça uma comoção social em torno da popularização da utilização de inteligência artificial (IA) para produções de conteúdo e outros serviços. É compreensível a urgência de mais estudos e debates sobre o assunto do uso da IA no cenário de comunicação contemporâneo, pois, como indicado na carta mundial pedindo pela pausa dos avanços em experiências com IA, do *Future of Life Institute* (2023), as empresas estão repassando essas testagens de seus produtos de IA ao público consumidor, não estando claro para a sociedade as delimitações éticas e morais do uso dessa tecnologia.

Com um mercado mundial, cada vez mais dinâmico na produção de novas tecnologias voltadas que podem ser aplicadas no fomento de conteúdo, o jornalismo e setores da comunicação, já há alguns anos, debatem a aplicação dessas ferramentas na criação de desinformação como *deepfakes*<sup>17</sup>, conteúdo manipulador<sup>18</sup>, entre outros objetos desinformativos que podem impactar negativamente a sociedade e o trabalho jornalístico.

Apesar de debates sobre IA remeterem aos anos de 1950 (COSTA *et al.*, 2021, p. 30), a carta do *Future Of Life Institute* (2023) indica que ainda há a necessidade de definir melhor os conceitos e condutas éticas sobre a IA, visto que nem os criadores da tecnologia a compreendem. Em contrapartida, o mercado tecnológico como um todo já está disposto a investir pesado na popularização e aplicação da ferramenta tecnológica. A previsão é que ainda em 2023 sejam investidos cerca de 26,1 bilhões de dólares em negócios com IA (COSTA *et al.*, 2021, p. 62) e até 2026, ao menos 90% de todo conteúdo publicado na internet deve ser sinteticamente fabricado pela tecnologia, de acordo com números do *Europol Innovation Lab* (2022).

No jornalismo, alguns grandes veículos noticiosos compartilham do mesmo entusiasmo já iniciando projetos com IA. A Reuters, agência de notícias internacional, já utiliza a ferramenta para auxílio de busca, identificação e edição de vídeos para produção de seu *marketplace*, o Reuters Connect (KUNOVA, 2023). Grandes empresas, como o New York Times, Wall Street Journal, News Corp, Vox Media, Advance e IAC se uniram no *AI Coalition* (BRUELL, 2023), para debater a utilização da IA nas redações jornalísticas e chegaram a receber ofertas da empresa Google para testar a ferramenta com as produções desses veículos como acervo (MULLIN; GRANT, 2023).

A empolgação refletida pelo mercado tecnológico e da grande imprensa não condiz com o material de debates e estudo sobre a tecnologia. Já prevendo a utilização obrigatória da IA nas produções do jornalismo, sentidas nas recentes pressões dos sindicatos dos jornalistas dos Estados Unidos para que os diretores negociem a compra e implementação da ferramenta (GUAGLIONE, 2023), alguns órgãos e instituições do jornalismo estão correndo para discutir e produzir guias de condutas, práticas, instruções e debates éticos sobre a IA no jornalismo.

A Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, Abraji, de acordo com Viana (2023), e o *American Press Institute*, API (2023), já criaram e compartilharam material debatendo sobre o jornalismo e a IA. Entre manuais de utilização e debates sobre a substituição do jornalista ou não pela tecnologia dentro das empresas, ambos os materiais concordam que o grande diferencial, em breve, do trabalho realizado por jornalistas humanos e jornalistas robôs (através da automatização da IA), será o lado humano do trabalho. A subjetividade, após anos de crítica, começa a aparecer nos debates recentes como o ponto que irá salvar o profissional humano e tornar a sua produção um diferencial.

Reforçando as questões levantadas pela Abraji e pelo API, Castilho (2023) elenca alguns pontos que serão marcadores deste trabalho dos jornalistas humanos. Entre eles, estão a “confiabilidade, pertinência, relevância e a contextualização das notícias publicadas em plataformas digitais” (CASTILHO, 2023), sendo que isso tornará exigente a “cultura geral, reflexão crítica, capacidade de contextualizar números, estatísticas, fatos, eventos e ideias, bem como experiência na checagem de fatos e uma alta dose de credibilidade pessoal junto ao seu público-alvo” (CASTILHO, 2023).

17 “deepfake é uma técnica de inteligência artificial que utiliza imagens ou sons pra criar imagens e sons sintéticos.” (SARTORI, 2022, 2 min.; 6 s.). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=YZi-oySxG\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=YZi-oySxG_A) Acesso em: 29 maio 2023.

18 “Quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar” (WARDLE, 2020, p. 13).

Para este ensaio, importa a discussão em torno da pontuação do contexto como diferencial do jornalismo humano, visto que “uma das maneiras para que o jornalista (e o jornalismo) assuma essa marca autoral e se firme no papel de mediador qualificado, para o autor, está na capacidade de contextualizar as informações [...]” (LÜCKMAN, 2020, p. 137). Quando se trata de realidades muito além do cotidiano do público, o trabalho do jornalista humano se torna mais necessário (BOMFIM, 2022), visto o risco de “alucinações da inteligência artificial” em produtos constituídos por jornalistas robôs.

Catalano e Lorenzi (2023, p. 44) definem as alucinações como um fenômeno que “ocorre quando a inteligência artificial fornece uma resposta confiante, mas que não pode ser explicada pelos dados de treinamento, levando-a a fazer afirmações independentes”. Os autores chamam atenção também para as referências que vão compor os dados de treinamento da IA podendo gerar objetos de desinformação. Esse tipo de produção é questionado por Hubareva (2023), que identifica em textos gerados da ferramenta de IA, ChatGPT<sup>19</sup>, afirmações sobre as notícias internacionais sobre a Guerra da Ucrânia<sup>20</sup>, em que são apontados elementos provenientes de propagandas russas sobre a guerra, ignorando o defendido pelo estado ucraniano.

Aprofundaremos nos próximos tópicos o debate sobre a necessidade de contextualização no jornalismo e quais as limitações ou potencialidades que poderemos apontar em eventuais projetos que já estão em prática sobre automatização do jornalismo, através da utilização de ferramentas de IA. Sendo o contexto indicado por produções como a da Abraji e API, como um dos elementos necessários para discussão dos produtos jornalísticos feitos por humanos e diferenciá-los dos entregues por robôs.

## IMPACTOS NA COBERTURA NOTICIOSA E NA CONTEXTUALIZAÇÃO

Enfocamos as dinâmicas referidas no âmbito da cobertura noticiosa. Os conteúdos jornalísticos acerca dos acontecimentos que não estão inseridos na realidade cotidiana do consumidor de notícias, demanda a compreensão de outras realidades marcadamente distintas das do local de origem do veículo e/ou dos públicos mirados pelas empresas jornalísticas. Conforme Lückman (2020), a comunicação de dados e informações feita de forma isolada não é suficiente para que o público-alvo consiga compreender o fato e suas consequências em seu cotidiano. Será através da contextualização que o conhecimento se organiza e é assimilado pelo sujeito observador, atribuindo, portanto, significado à notícia.

“O processo só se completa quando há a compreensão, que produz a dimensão subjetiva no conhecimento e na explicação, ou seja, traz os elementos concretos, analógicos; as apropriações globais, as conjunções, projeções e identificações; a implicação do sujeito e o pleno emprego da subjetividade. Estabelece-se assim um círculo construtivo de conhecimento de apreensão e apropriação subjetiva da realidade” (LÜCKMAN, 2020, p. 63).

O jornalista tem a necessidade de maior atenção no momento de contextualização de um evento para o consumidor de seu produto. Lückman (2020) compreende a importância de seleção dos modos

19 “an artificial intelligence chatbot capable of understanding human speech and generating surprisingly detailed human-written text” (HUBAREVA, 2023). Disponível em: <https://rubryka.com/en/article/shho-take-chatgpt/> Acesso em: 24 ago. 2023.

20 Conflito armado contemporâneo entre Ucrânia e Rússia, iniciado em 24 de fevereiro de 2022 com a primeira fase do plano militar de intervenção russo na região de Donbas.

como a singularidade do fato e retrata as inter-retroações entre o evento e a narrativa do jornalista, além do reconhecimento da mudança de espaço geográfico e temporal para a produção de uma boa contextualização no jornalismo. Ainda como reforça Lückman (2020), quando se trata da utilização de tecnologias para realizar essa tarefa, o lado humano nas produções se revela mais uma vez necessário, visto que as cognições para apurar, observar e realizar perguntas que ajudem na melhor contemplação do fato, contribuem para a revelação de importantes dados que a automatização não faria (LÜCKMAN, 2020, p. 149).

Inequivocamente, o jornalismo se configura como uma forma de conhecimento, como sustenta Meditsch (1997). Amparado em Paulo Freire, o teórico diz que o processo de conhecer impõe cognitivamente uma combinação das informações já sedimentadas ao ingresso de novas referências, implicando na *re-produção* (ou seja, em uma nova produção) de saberes. As mensagens midiáticas, por exemplo, serão interpretadas pelo público com base nos conhecimentos condicionados socioculturalmente, resultando em uma reinterpretação destes conteúdos simbólicos a partir de “chaves” de compreensão. Em dimensão cognitivo-discursiva, van Dijk (2005) indica que, no que tange às relações entre conteúdo noticioso e conhecimento, há um amplo conjunto de conhecimentos que devem ser acionados tanto pelos jornalistas em seu ofício quanto pelo público para a compreensão das informações.

A preocupação com a utilização de narrativas que se transformem em conhecimento para o consumidor de notícias, através do olhar cognitivo que o público já possui sobre o mundo e os fatos relatados pelos jornalistas, é pontuado por Dias (2022) ao explicar a sua lógica de produção. A pesquisadora compreende que ao produzir para consumidores de notícia que não se encontram ligados à cultura ou ao espaço geográfico que o evento acontece, há a necessidade de se ir além do fato, de modo que o cenário, em um primeiro momento estranho ao conhecimento de mundo do público, possa se tornar compreensível, antes da absorção do elemento factual central da notícia.

Nessa dinâmica, é de grande relevância estruturar sentidos que servem à referência, num processo que se traduz na composição contextual de informações. Em dimensão discursiva, van Dijk (2008) sustenta que o conceito de contexto não costuma ser debatido, sendo assumido por pesquisadores como similar ao de conjuntura. É comumente referido quando da imposição da necessidade de pesquisa de “fenômenos, eventos, ações ou discursos em relação ao seu determinado ambiente” (van DIJK, 2008, p. 4). O teórico defende uma teoria multidisciplinar do contexto, estruturada no entrelaçamento das relações de sua produção e possibilidades de compreensão, sendo assim relacionada a perspectivas sociais, culturais e históricas determinadas. Apresentam-se diferentes níveis contextuais: imediato (relativo à condição singular), situação específica da interação), situacional (marcado por transitoriedade), social (estruturação de poder e normas sociais) e cultural (esquemática valorativa).

Entender os diferentes níveis do contexto nas práticas jornalísticas, reforça sua definição e diferencial para a comunicação de informação que um eventual jornalismo automatizado atribuído à robôs pode proporcionar. A compreensão do fato está dialogicamente relacionada ao modo como a notícia apresenta e narra o evento, sendo organizado pelo contexto e situando-se como conhecimento para o sujeito consumidor de notícias (LÜCKMAN, 2020, p. 62).

## O CONTEXTO SINTÉTICO NA IA

Tomando o debate referenciado sobre contextualização, compreende-se a necessidade de redefinições e o fortalecimento de como o jornalismo, como um todo, compreende o contexto. Essa definição se torna ainda mais necessária mediante os avanços das experimentações em redações jornalísticas das ferramentas de IA, como sugere o *Future of Life Institute* (2023).

Reforçando a pontuação de Castilho (2023) sobre o contexto como futura grande delimitação do trabalho do jornalista humano, tal elemento basilar das notícias merece atenção nas futuras produções jornalísticas, de modo a ajudar na compreensão simbólica dos fatos através do processo de articulação com a realidade espaço-temporal do público-alvo. Revisitando o apresentado por Kieling (2022), apesar do contexto não poder assumir uma hierarquia à narrativa noticiosa, ele se torna o diferencial da, apenas, comunicação do fato, como os recentes testes com IA apontam.

Ampliar o fato e narrá-lo para um público sem contato com as especificidades de um fato, ocorre, como salienta Lückman (2020), no olhar do jornalista humano para as possíveis complementações à informação noticiada, uma verificação das fontes apontadas, contestação das provas e narrativas já apresentadas sobre o fato, observar se há outras narrativas para a mesma temática e o que o público pode obter como conhecimento da notícia. Esse ponto, que Lückman (2020) compreende como a composição da contextualização em qualquer produção noticiosa, é preocupante quando analisamos as testagens com IA para produção de notícias.

Ao contrário do jornalista humano, que irá compreender o fato e narrá-lo através de um contexto, se preocupando com a recepção do público alvo, a IA, quando recebe o comando, irá sintetizar uma notícia, composta de fragmentos do que tiver acesso em seu acervo. Esse banco de dados de treinamento é contestado nas discussões de autoria no jornalismo nas plataformas, sobre o uso indevido de trabalhos de jornalistas do mundo todo para a entrega de uma notícia sintética (MULLIN; GRANT, 2023).

E porque sintética, como propõe este trabalho, e não apresentada de forma a emular uma linguagem de um produto jornalístico? A IA não contempla um conteúdo bruto e o descreve de forma a se apresentar em uma narrativa de notícia. A narrativa apresentada como se fosse uma notícia, só ocorre por conta de um acervo onde os fragmentos coletados de diversos veículos de imprensa, são montados de modo que a construção se torna uma produção sintética de notícia. Apenas se apresenta como se fosse, por conta do seu banco de dados de treinamento (SARTORI, 2022, 2 min.; MULLIN; GRANT, 2023).

E qual o grande risco da produção sintética de uma notícia? Todos os elementos de jornalismo também se tornam sintéticos, de modo que, dependendo do banco de dados da IA, podem se misturar com opiniões em redes sociais, declarações de assessorias de imprensa, discursos políticos e documentos enviesados. Mais uma vez o trabalho do jornalista humano se torna essencial, mesmo como mediador. Pois na lógica de produção atual de IA apontada pelo *Future of Life Institute* (2023), em que o consumidor testa a geração de notícia, somado a um amálgama entre informação e desinformação no meio digital e atuação de sujeitos de desinformação<sup>21</sup> em contribuir para uma desordem informacional,

21 Não necessariamente sendo quem produziu a desinformação. Mas o responsável pelo impulsionamento do seu compartilhamento e maior alcance nos debates públicos.

a notícia sintética da IA pode, nem sempre, auxiliar para o conhecimento da realidade e de um fato. (WARDLE, 2020, p. 9)

Problematizando o elemento da contextualização, deve se preocupar com o banco de dados da IA, quais as notícias que constituem esse banco, se foi construído de forma legal ou ilegal, quem são as fontes de informação que compõem esse acervo, essas informações já foram checadas, são suficientes para compreensão do fato, quais as provas que são apresentadas para confirmação do fato, entre outras questões que retomam o já apresentado por Lückman (2020) como essencial para uma boa contextualização jornalística. O sujeito consumidor de informação, nem sempre pode estar instrumentalizado para realizar esses questionamentos ou, até mesmo, possuir acesso e meios para checar a notícia sintética apresentada pela IA.

O jornalista ainda se torna um importante mediador na apresentação desse contexto jornalístico, sendo essencial para analisar os elementos apresentados anteriormente e garantir um verdadeiro trabalho jornalístico e não somente a produção de mais uma desinformação para o cenário comunicacional contemporâneo. Essa necessidade pode ser verificada no caso da produção de uma notícia sintética<sup>22</sup> na qual um médico era apontado como autor de atos de assédio sexual em uma clínica médica, quando, na verdade, não havia cometido os atos ou era suspeito no processo. O que ocorreu foi que a IA sintetizou os fragmentos de seu banco de dados, de forma que não observou que o suspeito dos atos não era nomeado por conta de sigilo da investigação, enquanto o nome apontado era do médico que presidia o comitê de investigação dos processos criminais contra o profissional suspeito de cometer os assédios. Até o momento em que o médico teve curiosidade de usar a IA para procurar o próprio nome e identificar a alucinação da IA, a notícia sintética estava amplamente sendo divulgada como algo factual pela IA, para quem procurava por casos criminais médicos em seu acervo.

Esses casos podem se tornar mais impactantes e, até mesmo, fatais em situações de guerra, tragédia natural ou comoção pública, como as alucinações da IA que Hubareva (2023) identificou em notícias sintéticas produzidas pelo ChatGPT ao ser questionado sobre as últimas informações sobre a Guerra na Ucrânia. Através de intensa pesquisa reversa sobre os fragmentos utilizados no banco de dados pelo ChatGPT e de consulta a outros especialistas, foi possível identificar que a IA estava se amparando em propaganda de guerra da Rússia para contextualizar a notícia, apontando a Ucrânia como território russo e indicando que não houve invasão, mas sim uma manobra militar para intervenção em um governo que estava se tornando totalitário e nazista. As tomadas de decisões cotidianas de um consumidor dessas informações, através da notícia sintética da IA, pode sofrer com um severo impacto negativo e, dependendo da realidade onde se encontre, pode ser fatal.

22 Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2023/06/23/juiz-manda-remover-falsa-acusacao-de-assedio-contra-medico-de-bauru-produzida-por-inteligencia-artificial.ghtml> Acesso em: 26 ago. 2023.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Evoluções tecnológicas, não somente andam lado a lado com o jornalismo, mas também o tensionam a revisar e reforçar seus conceitos basilares. O próprio conceito de jornalismo humano é instigado a ser repensado nas recentes discussões, antes como sendo um conceito de jornalismo bastante associado ao jornalismo comunitário, agora associado ao jornalismo produzido por seres humanos. Ao lançar os produtos de IA no mercado para que a sociedade, como um todo, os testes sem entender limites éticos e morais de seu uso, as preocupações em torno da utilização dessa ferramenta tecnológica englobam o jornalismo como produtor de informações que vão impactar a sociedade, prestando um serviço de contextualizar e indicar os fatos mais importantes, contribuindo para as tomadas de decisões cotidianas dos consumidores de informação.

Novamente, a área é forçada a se perguntar o que contempla o jornalismo e se ele ainda é necessário. Como Castilho (2023) indica, abraçar o que sempre tornou o jornalismo humano, apesar das críticas para um alcance de uma verdadeira objetividade, será essencial para diferenciar o trabalho de produção de notícias que ainda será feito por humanos (o profissional jornalista) e por robôs (IA e *Chatbots*).

Trouxemos alguns, entre os relatos de testagem que estão surgindo, dos exemplos em que o contexto ainda é um elemento basilar do jornalismo humano e essencial para evitar que uma notícia sintética se torne um forte objeto de desinformação, contribuindo para a desordem informacional. O jornalista ainda é essencial para demonstrar, definir e atestar a veracidade dos fatos, como defende Ramonet (2013), como o mais importante trabalho do jornalista do cenário comunicacional contemporâneo, onde o jornalismo entra em conflito com diferentes fontes de informação, desinformação, necessidade de uma literacia midiática, entre outros fatores que dificultam o trabalho de veículos de imprensa.

Ao trazermos a problemática da contextualização ao campo jornalístico, institui-se a necessidade de discutir como o conceito é apropriado a partir dos processos e práticas envolvidos na produção da informação noticiosa. É premente, de acordo com Carvalho *et al.* (2021, p. 51) “desnaturalizar o contexto”, tendo em vista que essa composição não conforma elemento apartado do jornalismo, além de não se qualificar como horizonte secundário no estudo dos fenômenos comunicacionais. Demarcar uma revisão atualizada desse conceito é um dos vários passos para defesa da profissão e da necessidade do seu trabalho, mesmo em tempos de automatização da notícia. Como defende o *Future of Life Institute* (2023), ações parceiras entre jornalistas, governos, empresas e sociedade podem contribuir para demarcações éticas, morais e problematizar especificidades da produção atribuída ao jornalismo, de modo a auxiliar numa melhor utilização da IA no jornalismo como um todo, sem se desligar da figura do jornalista humano.

## REFERÊNCIAS

- AMERICAN PRESS INSTITUTE. *Need to know: an intro guide to AI*. Disponível em: <https://www.americanpressinstitute.org/need-to-know/need-to-know-an-intro-guide-to-ai/> Acesso em: 24 ago. 2023.
- BOMFIM, Ivan. Processos de contextualização no jornalismo internacional. *XVI Congresso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)*, GI 1 - Comunicação/Comunicación Internacional, Buenos Aires, Argentina, 26 al 30 de septiembre, 2022. Disponível em: <https://alaic2022.ar/memorias/index.php/2022/article/view/542> Acesso em: 26 ago. 2023.
- BRUELL, Alexandra. *Big News publishers look to team up to address impact of AI*. *Media & Marketing*, WSJ News Exclusive, The Wall Street Journal, 28/06/2023. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/big-news-publishers-look-to-team-up-to-address-impact-of-ai-80c3b88e> Acesso em: 24 ago. 2023.
- CARVALHO, Carlos; LEAL, Bruno; JÁCOME, Phellipy. Contextualização e complexidades temporais: um exercício a partir da narrativa jornalística. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 44, n. 2, maio/ago., 2021, p. 51-67.
- CASTILHO, Carlos. *O tsunami da inteligência artificial atinge o jornalismo*. *Jornalismo, Observatório da Imprensa, Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo - PROJOR*, 15/08/2023. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornalismo/o-tsunami-da-inteligencia-artificial-atinge-o-jornalismo/> Acesso em: 24 ago. 2023.
- CATALANO, José Victor Rodrigues; LORENZI, Bruno Rossi. Sem referências: o ChatGPT sob a perspectiva latouriana do duplo clique. *Faz Ciência*, v. 25, n. 41, jan./jun., 2023, p. 38-58. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/30761> Acesso em: 27 ago. 2023.
- COSTA, Anna Helena Reali; BARROS, Leliane Nunes de; REZENDE, Solange Oliveira; SICHMAN, Jaime Simão; NERI, Hugo. Trajetória acadêmica da Inteligência Artificial no Brasil. In: COZMA, Fabio G.; PLONSKI, Ary; NERI, Hugo. *Inteligência Artificial: Avanços e Tendências*. - São Paulo: Instituto de Estudos Avançados (IEA) da Universidade de São Paulo (USP), 2021.
- EUROPOL. *Facing Reality? Law enforcement and the challenge of deepfakes, an observatory report from the Europol Innovation Lab*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union, 2022. Disponível em: <https://www.europol.europa.eu/publications-events/publications/facing-reality-law-enforcement-and-challenge-of-deepfakes> Acesso em: 15 ago. 2023.
- FUTURE OF LIFE INSTITUTE. *Policymaking in the pause: what can policymakers do now to combat risks from advanced AI systems?* - Narberth, EUA: Future of Life Institute, 2023. Disponível em: [https://futureoflife.org/wp-content/uploads/2023/04/FLI\\_Policymaking\\_In\\_The\\_Pause.pdf](https://futureoflife.org/wp-content/uploads/2023/04/FLI_Policymaking_In_The_Pause.pdf) Acesso em: 15 ago. 2023.
- GUAGLIONE, Sara. *Newsroom unions are pushing management to negotiate AI use*. *Modern Newsroom, Media, Digiday*, 11/07/2023. Disponível em: [https://digiday.com/media/newsroom-unions-are-pushing-management-to-negotiate-ai-use/?utm\\_campaign=Need%20to%20Know%20newsletter&utm\\_medium=email&\\_hsmi=265939038&\\_hsenc=p2ANqtz--BJ6bEy5yTFiBbwpmfs-mgpK4m6U5bTUTO5Fxp81Zo5xnKM0ms75DznSEIH5BPAq31YI-3v45sOZ\\_KKdVFOzoNjKY-Fhw&utm\\_content=265939038&utm\\_source=hs\\_email](https://digiday.com/media/newsroom-unions-are-pushing-management-to-negotiate-ai-use/?utm_campaign=Need%20to%20Know%20newsletter&utm_medium=email&_hsmi=265939038&_hsenc=p2ANqtz--BJ6bEy5yTFiBbwpmfs-mgpK4m6U5bTUTO5Fxp81Zo5xnKM0ms75DznSEIH5BPAq31YI-3v45sOZ_KKdVFOzoNjKY-Fhw&utm_content=265939038&utm_source=hs_email) Acesso em: 24 ago. 2023.
- HUBAREVA, Viktoriia. *AI that believed propaganda, or what ChatGPT is and why you might not have heard of it*. eRubric, Rubryka, 19/01/2023. Disponível em: <https://rubryka.com/en/article/shho-take-chatgpt/> Acesso em: 27 ago. 2023.
- KUNOVA, Marcela. *How Reuters uses AI to speed up discoverability of video news content*. *Media News, Journalism.co.uk*, 25/07/2023. Disponível em: <https://www.journalism.co.uk/news/how-reuters-uses-ai-to-speed-up-discoverability-of-video-news-content/s2/a1055917/#:~:text=New%20AI%2Dpowered%20features%20allow,and%20identification%20of%20public%20figures>. Acesso em: 24

ago. 2023.

LÜCKMAN, Ana Paula. **A noção de contexto no jornalismo: uma proposição a partir da teoria da complexidade.** 2020. Tese (Doutorado), Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/212486> Acesso em: 26 ago. 2023.

MEDITSCH, Eduardo. **O Jornalismo é uma forma de conhecimento.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), 1997.

MORENO, Leonardo. **Juiz manda remover falsa acusação de assédio contra médico de Bauru produzida por inteligência artificial.** G1 Bauru e Marília, TV Tem, G1, 23/06/2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/bauru-marilia/noticia/2023/06/23/juiz-manda-remover-falsa-acusacao-de-asse-dio-contra-medico-de-bauru-produzida-por-inteligencia-artificial.ghtml> Acesso em: 27 ago. 2023.

MULLIN, Benjamin; GRANT, Nico. **Google tests A.I. tool that is able to write news articles.** A.I. and Chatbots, The New York Times, 19/07/2023. Disponível em: [https://www.nytimes.com/2023/07/19/business/google-artificial-intelligence-news-articles.html?utm\\_source=substack&utm\\_medium=email](https://www.nytimes.com/2023/07/19/business/google-artificial-intelligence-news-articles.html?utm_source=substack&utm_medium=email) Acesso em: 24 ago. 2023.

OLIVEIRA, Stênio Henrique; REZENDE, Caique Alves; ALVES, Thais Stéfany; MORAIS, Sabrina Mara de; FREITAS, Laeny Catarina Dias; RIBEIRO DE OLIVEIRA, Nayana Monik; RODRIGUES, Laiane de Cássia; CAVALCANTE, Ricardo Bezerra; SANTOS, Regina Consolação dos. Infociação em tempos de infodemia: revisão integrativa. *Brazilian Journal of Health Review*, Curitiba, v. 4, n. 6, p. 25199 - 25211, nov./dec., 2021. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/39660> Acesso em: 24 ago. 2023.

RAMONET, Ignacio. Meios de comunicação: um poder a serviço de interesse privados? In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder:** da concentração monopólicia à democratização da informação. [tradução: Karina Patrício] - São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

SARTORI, Bruno. **Matéria sobre #Deepfake no Jornal da Record 21/07/2022.** 2022. (6 min; 25 s). Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=YZi-oySxG\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=YZi-oySxG_A) Acesso em: 29 maio 2023.

VAN DIJK, Teun. **Discurso e Contexto:** uma abordagem sociocognitiva. São Paulo: Contexto, 2008.

VIANA, Natalia. **Por um jornalismo humano.** Tecnologia, Sociedade, Coluna, Agência Pública, 30/07/2023. Disponível em: <https://apublica.org/2023/07/por-um-jornalismo-humano/> Acesso em: 23 ago. 2023.

WARDLE, Claire. **Entender a desordem informacional.** 2. ed. - First Draft, 2020. Tradução: Pedro Noel. Disponível em [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW\\_PTBR.pdf?x76851](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851) Acesso em: 24 ago. 2023.

WILKE, Valéria Cristina Lopes. Pós-verdade, fake news e outras drogas: vivendo em tempos de informação tóxica. **LOGEION: Filosofia da Informação**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 8-27, 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/5427> Acesso em: 24 ago. 2023.