

ChatGPT e a transformação nas pautas jornalísticas

Orlando Maurício de Carvalho Berti

Resumo:

Em tempos de profusão dos sistemas de Inteligência Artificial, o ChatGPT tem destaque e popularização nas mais diferentes funções e utilizações, inclusive no campo jornalístico. Trata-se sobre o ChatGPT e as transformações nas interfaces das pautas jornalísticas. Mostra-se, debate-se e polemiza-se sobre a importância desse sistema nas concepções e correções de pauta, que é um dos principais pontos de partida da feitura do jornalismo profissional, tão debatido e necessário contemporaneamente. Parte-se de conceitos sobre Inteligência Artificial, ChatGPT, mediações informacionais e pautas jornalísticas em um estudo metodologicamente qualitativo, com experimentação de cinco meses de testes sobre a feitura de pautas com a ferramenta. Nota-se o caráter, se não revolucionário, inovador, principalmente no sentido das profusão para pautas mais frias e com informações já consolidadas. O ChatGPT mostra-se uma ferramenta, se não para utilização constante no Jornalismo, ao menos um caminho, assim como os buscadores e os sistemas wikis, de auxílio no dia a dia das ferramentas de mediações informacionais.

Palavras-chave: Jornalismo. ChatGPT. Inteligência Artificial.

ChatGPT and the transformation in journalistic guidelines

Abstract:

In times of profusion of Artificial Intelligence systems, ChatGPT is highlighted and popularized in the most different functions and uses, including in the journalistic field. It is about ChatGPT and the transformations in the interfaces of journalistic agendas. It shows, discusses and discusses the importance of this system in the conceptions and corrections of the agenda, which is one of the main starting points in the making of professional journalism, so debated and necessary nowadays. It starts with concepts about Artificial Intelligence, ChatGPT, informational mediations and journalistic guidelines in a methodologically qualitative study, with experimentation of five months of tests on the making of guidelines with the tool. One can see the character, if not revolutionary, but innovative, mainly in the sense of the colder agendas and with already consolidated information. ChatGPT proves to be a tool, if not for constant use in Journalism, at least a way, as well as search engines and wiki systems, to aid in the day-to-day use of informational mediation tools.

Keywords: Journalism. ChatGPT. Artificial Intelligence.

Orlando Maurício de
Carvalho Berti

Professor do Bacharelado em Jornalismo/Universidade Estadual do Piauí/UESPI. Doutor e mestre em Comunicação Social/Universidade Metodista de São Paulo/UMESP.

E-mail: berti@uespi.br

Introdução

O Jornalismo está em constante mutação. Essas transformações são advindas da própria natureza da área que acompanha a sociedade em seus passos e atos de evolução e involução. Mesmo sendo parte de uma área do conhecimento relativamente nova e ainda dividindo atenções com as questões gerais do campo mais plural, que é o da Comunicação, o Jornalismo tem ganhado seu espaço acadêmico e social, principalmente no Brasil.

Esses caminhos não têm sido retilíneos na maioria das vezes, visto que o Jornalismo também tem experimentado, de maneira informal, ao menos nas últimas duas décadas, uma dicotomia político-partidária, de lados que se alternam no poder, alguns deles sem nunca chegar ao comando direto na Nação, mas ficando como fiéis da balança (notadamente parlamentar) tendo pontos de debate em toda a sociedade e pondo à prova o próprio Jornalismo, sua credibilidade e seus profissionais.

Ao tratar dessa área utiliza-se propositalmente sua escrita como substantivo próprio, principalmente por sua importância e necessidades sociais e na crença de que há uma grande diferencialidade entre o Jornalismo e o jornalismo.

É o Jornalismo o responsável pela mediação de atos e por uma maior garantia da circulação de verdades, ou, no mínimo, pluralização delas. Não se envereda na ingenuidade de achar que é só o Jornalismo em si o responsável pelas mediações, mas é ele, notadamente em sua vertente mais profissionalizada e comprometida, balizada em princípios éticos, que é uma das molas mestras garantidoras do bom funcionamento social. João Carlos Correia (2010) já destacava este poder, sendo que esse tipo de atitude é balizado em renascimentos e evoluções, sempre em conjunto acompanhando a própria sociedade.

Mas, quais os desafios contemporâneos do Jornalismo? Como ele tem sido modificado? O que as ferramentas modernas e atuais têm proporcionado de modificações para esta área? O Jornalismo realmente consegue acompanhar os atos e fatos da cotidianidade ou é uma consequência de tudo isso e termina agindo a reboque?

O Jornalismo vai acabar?

Costuma-se aventar que o Jornalismo é igual a um rio, em que a água que passa em determinado ponto, permanecendo em seu curso até desaguar em outro rio, em um lago ou lagoa, ou no mar, mas que naquele lugar passarão outras águas, metaforizando um pouco do que Heráclito de Éfeso (na Antiguidade), refletido por Alexandre Costa (2021), já falava há milênios sobre a própria dinamicidade da sociedade e de seus entes.

Então o próprio Jornalismo, e sua multidimensionalidade contemporânea, instiga uma série de perspectivas e, principalmente, um debate social e acadêmico mais privilegiado, pois as transformações, dado os sistemas de circulação de informações, terminam obrigando a área, seus entusiastas e, principalmente, seus profissionais, a terem uma maior atenção e dedicação aos fenômenos contemporâneos.

Mário Rosa (2006) já trazia a forte reflexão de que a cada dois anos a quantidade de informações disponíveis é dobrada no planeta, graças ao fluxo informacional proporcionado pelo acesso aos meios de comunicação e pelas redes digitais. Só nessa interface dá para ter elementos de entendimento sobre como o Jornalismo é modificado no processo e tem sua multimídia social.

Transformações também são vividas nos próprios sistemas de pensamento, apuração, edição e veiculação das informações para a própria garantia do Jornalismo como instrumento edificador e diferencial na sociedade entre meio aos fluxos informativos oriundos de mediações não jornalísticas, mas que disputam espaço de representatividade do Jornalismo em questão.

Uma das novidades desta terceira década do século XXI nestes processos de mutações são as ferramentas de Inteligência Artificial. A mais notória, até então,

é o ChatGPT. Entre polêmicas e virtudes, há um debate principal, ao menos no campo jornalístico, sobre as vantagens e desvantagens dessa plataforma sobre as mediações informacionais profissionalizadas.

Apresenta-se um estudo experimental, empírico e reflexivo, sobre o ChatGPT e as pautas jornalísticas. Ele é balizado em experimentações que duraram cinco meses (entre janeiro e maio de 2023), no teste e reflexões de questões sobre o poder da pauta e como o ChatGPT pode ser um instrumento de transformação do próprio ambiente jornalístico.

Para isso, por meio de um diário de campo desses testes, apresenta-se o resultado de cinco meses, contabilizados em 22 semanas, com 264 unidades de análise, levando em conta 1320 camadas de experimentação da ferramenta sobre a utilização da plataforma em experimentações sobre o ChatGPT, principalmente sua terceira versão (ChatGPT3 – versão gratuita) para pautas jornalísticas, tendo como base as variáveis para produtos jornalísticos: impressos, radiofônicos, televisivos e multimidiáticos, em outros caminhos de experimentações em perspectivas locais, regionais e nacionais. Chama-se de camadas os níveis de perguntas e conjunto de respostas dadas pelo ChatGPT para o teste das pautas jornalísticas na temporalidade, regionalidade e tipo de mídia feitas para este estudo. Não é variável a experimentação humana e consequente do processo, nem uma experimentação redacional propriamente dita.

Objetiva-se: mostrar, debater e polemizar sobre a importância desse sistema de Inteligência Artificial nas concepções e correções de pauta, que é um dos principais pontos de partida da feitura do jornalismo profissional, tão debatido e necessário contemporaneamente.

Para fins de melhor reflexão, divide-se este texto, além desta parte introdutória e das considerações e referências (vindas naturalmente no final), em três outras partes. A primeira: “O ChatGPT e a revolução quase diária advinda dos sistemas de Inteligência Artificial” apresenta a ferramenta em si e traz suas perspectivas relacionadas aos mecanismos de I.A. (como também é conhecida e abreviado o termo Inteligência Artificial). A segunda, “A pauta permanece em voga”, trata sobre a importância da pauta enquanto elemento jornalístico, mostrando sua importância e atualidade nos processos de mediação informacionais contemporâneos. A terceira, e última parte, “O ChatGPT e as possibilidades de transformações nas pautas jornalísticas”, trata sobre as experimentações de utilização da plataforma em si e suas consequências informacionais para o agora.

De antemão, destaca-se sobre a mutabilidade, a presença e a importância, não só acadêmica, mas social, dos debates sobre I.A. Este texto não é um avanço tecnófilo sobre a ferramenta em si, tratando-a como apocalíptica ou integrada ao Jornalismo; e, muito menos, uma ferramenta tecnófoba e saudosista de que ela, dentre outras novidades tecnológicas, precisam ser evitadas, condenadas ou desprezadas. É um debate e uma provocação que precisamos estar em atenção a tudo que possa instigar ou ameaçar o bom Jornalismo.

ChatGPT e a I.A

O ChatGPT não é o único sistema de Inteligência Artificial generativa que está presente no Mundo, mas, certeza, tem sido o mais midiaticado, principalmente por sua popularidade e uso nas mais diferentes tipos de funções, inclusive as jornalísticas.

Jaime Sichman (2021) destaca que a I.A. existe para solucionar problemas e atividades mais rápidas que os seres humanos, poupando-os para quem possam pensar mais. O mesmo autor diz que os sistemas de Inteligência Artificial têm evoluído muito no século XXI porque evolui na escolha de modelos e técnicas computacionais potencializadas pelo próprio avanço do processamento de dados e informações.

A I.A. generativa é um avanço sobre os próprios sistemas de Inteligência Artificial que antes eram mais analíticos, promovendo uma quantificação de dados. Destaca-se que os sistemas analíticos fazem parte da humanidade desde o século XX, sendo que a novidade em tempos de ChatGPT, e outros sistemas de I.A., é sobre o seu poder generativo, que é de aprendizagem, de evolução e de um oferecimento múltiplo de conteúdo.

Os sistemas de I.A. generativo são os que têm capacidade de aprendizado, ou seja, a cada uso e questionamentos, mediante a feitura de perguntas, conversas e provocações, vai aprendendo e oferecendo novas respostas e novos caminhos. No íntimo, uma mesma pergunta, feita com dias e semanas de diferença, pode ter uma série de novas e ampliadas respostas mediante o aprendizado. Esse tipo de sistema pode se tornar revolucionário em termos coletivos, principalmente pela ampliação de dados e informações disponíveis, em uma série de novas perspectivas.

“O ChatGPT acelerou a adoção da Inteligência Artificial (IA) Generativa, que vinha em uma crescente, e se destacou como primeiro aplicativo de IA Generativa em ‘massa’” (Guidi; Timpone, 2023, p. 2).

Ian Goodfellow *et al* (2020) frisam sobre o potencial, e também os perigos da I.A. generativa, principalmente a partir do momento de suas consequências de evolução e aprendizado dos atos humanos e de suas substituições e possibilidades, notadamente se não são informados a seus públicos.

O ChatGPT e outras ferramentas, algumas já populares ao menos no Mundo da Informática, já provam isso, sendo que vozes, imagens (estáticas e dinâmicas) e, principalmente textos, são gerados e evoluídos via sistemas de I.A. e, se colocados ao consumo de pessoas incautas, terminam se passando como se fossem altamente humanos.

Segundo o Estado de Minas (2023), 49% das redações jornalísticas assumem utilizar o ChatGPT em seus trabalhos cotidianos. Esses dados refletem pesquisa da empresa Wan-Infra, feita seis meses depois do lançamento do ChatGPT.

Enquanto vários desses sistemas são utilizados para o bem, para a evolução, para o melhor atendimento, para a aprendizagem, para o conforto, ao mesmo tempo, terminam sendo utilizados para a manipulação, na aplicação de golpes e na influência negativa. Qual o limite da I.A.? É um questionamento recorrente, e ampliado, mas será que é a ferramenta a responsável por tantas polêmicas, ou o uso humano (como sempre) que faz um processo revolucionário também ser utilizado para fins maléficis?

O ChatGPT, ao menos em mediação, tem levado um pouco a dianteira, principalmente ao forçar os concorrentes do Mundo das Big Techs (como são chamadas as maiores empresas de tecnologia do planeta, que dominam os fluxos informacionais de boa parte dos sistemas de Internet) a modificar suas estratégias e também lançar seus sistemas autônomos de I.A. Segundo a Forbes (2023) os principais concorrentes atuais do ChatGPT são: o ChatSonic, da Writesonic; a Llama, da Meta (dona do Facebook, Instagram e Whatsapp); o Bard, do Google; o Bing, da Microsoft; e uma ferramenta da Apple, ainda sem nome.

O ChatGPT pertence à empresa estadunidense OpenAI, fundada em 2015 em São Francisco, Califórnia, na esteira das corporações do Vale do Silício e na fama de lugar inovador. “A OpenAI é uma empresa de pesquisa e implantação de IA. Nossa missão é garantir que a inteligência artificial geral beneficie toda a humanidade” (Openai, 2023, p. 1). Em toda sua apresentação a empresa faz questão de frisar o quanto tem de função de ajudar. Termos sobre solidariedade e humano são constantes em cada uma das frases.

Oficialmente, o ChatGPT foi lançado em 30 de novembro de 2022 e promete sempre trazer evoluções diárias. A plataforma, até o final do primeiro semestre de 2023, oferecia dois tipos de serviço, o “free” e o “plus”. O “free” é gratuito e o sistema alerta ser mais lento, com velocidades de respostas padrões e atualizações

regulares de modelo. Já o “plus” é pago, custando US\$ 20 (aproximadamente R\$ 100,00, em valores de junho de 2023) por mês e proporciona além dos serviços da versão gratuita, também maior velocidade e acesso prioritário a novos recursos da plataforma quando é atualizada.

Mas será que o ChatGPT realmente tem o poder de modificar o Jornalismo, as pautas e suas mediações informacionais contemporâneas?

A pauta permanece em voga

O debate sobre a importância da pauta jornalística continua mais que atual e muito mais que necessário, principalmente se as reflexões levarem sobre a diferenciação do Jornalismo profissional frente às questões das mediações comuns sem passarem pelos meios comunicacionais tradicionalmente jornalísticos ou detentores de uma credibilidade coletiva.

Um dos primeiros pontos é: a feitura da pauta é exclusivamente do jornalista, da pessoa profissional da imprensa? Ou é o jornalista, por conta de sua formação e melhor expertise de encaminhamentos e entendimento dos preceitos das mediações, inclusive rumando para fins profissionais, consegue trabalhar melhor as questões de pautas, mesmo essas sendo de uma liberdade, inspiração e de conhecimento de quem não tem uma formação jornalística?

Com as respostas a essas interfaces é que começa-se a destacar alguns pontos tidos como elementares, levando-se em conta o entendimento e a defesa que a pauta é uma perspectiva humana e nasce entre jornalistas e não jornalistas.

Quem tem uma experiência redacional ou de oferecimento de pautas em outros ambientes jornalísticos como as assessorias de comunicação e as empresas de social media, sabe que as pautas são construções e sugestões para um determinado recorte de uma realidade, seja ele puramente jornalístico ou a partir de uma ideia impulsionada por alguma agência de comunicação com fins de melhor encaixar um assessorado, um produto, uma ideia ou um agendamento, seja ele político, identitário ou econômico, só para citar algumas áreas e começar a polemizar sobre os pontos das pautas na contemporaneidade jornalística.

Ao mesmo tempo, parte-se da defesa de que a pauta é melhor mediada, notadamente para fins comunicacionais mais massivos, pelos próprios profissionais do campo jornalístico. Mas é fato, principalmente sentido a partir do momento em que as participações da população foram mais evidentes nos veículos eletrônicos e impressos, no século XX, e nos veículos virtuais ou multimidiáticos deste século XXI, que boa parte das pautas recorrentes e constantes, surgem contemporaneamente via não jornalistas e que o Jornalismo termina agindo a reboque ou então em uma melhor mediação de fatos já pautados, vivenciados e midiaticizados por não jornalistas.

Fabiana Moraes (2022) destaca que a pauta é a espinha dorsal do Jornalismo e traz as questões pautáveis como elementos de mediação contemporâneos.

Daniela Loeblein (2017) destaca que atuar com a pauta é uma missão jornalística, levando em conta, principalmente, o poder formativo e atuador dos profissionais de imprensa nessa interface inicial de um produto jornalístico.

Gisele Reginato (2020) destaca que é o profissional do jornalismo que tem condições de apresentar aos públicos os motivos de determinadas pautas virarem produtos jornalísticos e outras determinadas demandas não serem agendadas no dia a dia.

E é o agendar, tão bem refletido por Felipe Pena (2005), Luís Mauro Sá Martino (2014), Mauro Wolf (2012) e Maxwell McCombs e Sebastián Valenzuela (2020), que instiga o próprio debate para um jornalismo mais instigador e que tem possibilidades de formar e informar melhor, potencialmente levando-se em conta o poderio da pauta, seja ela oriunda das próprias redações ou de terceiros, como uma maneira do próprio potencial participativo dos públicos. Esse pensamento é destacado por Círcia Peruzzo (2010) ao refletir sobre o poder emancipador dos públicos nas esco-

lhas coletivas e, conseqüentemente das participações nas próprias pautas, inclusive dos próprios produtos comunicacionais até fora dos ambientes jornalísticos em si.

Luiz Pereira Junior (2010), ao debater sobre a apuração da notícia, que é outro elemento-chave à boa mediação jornalística junto à pauta, destaca que é a partir da mesma que o ato apurativo começa. É em uma boa pauta, no saber buscar, no conhecer, no trazer o máximo de informações que começa-se uma boa matéria jornalística, independente da mídia que seja.

Nilson Lage (2001), ao destacar os elementos de uma reportagem, frisava que a pauta é o início do processo, passando pela apuração, pela edição e pela veiculação e que todos esses caminhos se entrelaçam e são importantes nos processos de mediação.

É fato que, com ou sem fator humano, a pauta permanecerá em voga, visto que as demandas para os processos jornalísticos de chegada ao consumidor começam por um assunto, seja ele mais evidente, ou não, mais quente, ou não, mais comum, ou não.

Cabe um extenso debate se as ferramentas de Inteligência Artificial, incluindo-se o ChatGPT, são capazes de compreender os meandros dos assuntos ou somente os assuntos em si, bem como se os profissionais de imprensa irão balizar somente em ferramentas do tipo suas atividades cotidianas de mediações informacionais.

Afinal, o ChatGPT ajuda nesse processo ou é mais uma moda, entre as tantas que aparecem, desaparecem, mas que continuam sendo vencidas pela pauta, que permanece existindo e continua sendo um elemento-chave no Jornalismo?

O ChatGPT e as pautas

No intuito de uma melhor experimentação e prova sobre as próprias possibilidades das transformações das pautas jornalísticas contemporâneas com a utilização do ChatGPT são trazidos os resultados de cinco meses de pesquisas sobre a ferramenta.

Buscou-se uma reflexão sobre as questões básicas da pauta jornalística voltadas para uma contemporaneidade, ou seja, o Jornalismo desta terceira década do século XXI, tendo como lugar as questões de pautas relacionadas a informações locais, regionais e nacionais, com a temporalidade de janeiro de 2023 a maio de 2023. Esse tempo foi necessário pela própria novidade da plataforma, lançada no final de novembro de 2022, popularizada nas semanas seguintes e com o término de recorte por conta da própria necessidade de sistematização dos dados e resultados. Nota-se que a ferramenta, em termos diários e semanais, apresenta constantemente uma série de novidades e torna-se desafiadora para a construção de um corpus de pesquisa. Esse isolamento temporal fez-se necessário pela própria premência do ChatGPT.

Em termos teóricos, como já refletido, e apresentado, por Fabiana Moraes (2022), Daniela Loeblein (2017), Gisele Reginato (2020), Felipe Pena (2005), Luís Mauro Sá Martino (2014) e Mauro Wolf (2012), Cicilia Peruzzo (2010), Luiz Pereira Junior (2010) e Nilson Lage (2001), nas reflexões individuais levando-se a um pensamento sobre as mediações das pautas, levam a um princípio dela sendo a feitura das atividades jornalísticas, sendo levado em conta, inclusive para este estudo, em uma perspectiva das pautas serem feitas profissionalmente para as mediações informacionais e fazerem parte de elementos de Comunicação Social. Sabe-se, e reconhece-se, que as pautas também podem ser utilizadas para outras finalidades.

A utilização do ChatGPT enquanto ferramenta experimental por parte da pessoa que fez esta pesquisa é dada desde o final de 2022, tendo ocorrido por provocação direta de alunado que faz experimentações de novos produtos sobre mediações informacionais e suas interfaces com o Jornalismo profissional.

Desde o primeiro contato nota-se uma ferramenta com série de perspectivas e avanços, gerando, no mínimo, a curiosidade acerca das experimentações para as utilizações nos mais diversos campos da produção jornalística redacional, pois acredita-se que o próprio Jornalismo tem perspectivas necessárias, seja ele feito de

uma maneira mais tradicional, voltado para o impresso, bem como em perspectivas mais eletrônicas, voltadas para o radiofônico e para o televisivo, ou ainda em uma perspectiva mais moderna, utilizando-se questões multimidiáticas e os próprios sistemas de crossmedia, entremeio a várias plataformas em um mesmo lugar, midiaticizando de uma série de maneiras.

Em um primeiro momento, achava-se, como praticamente todas as ferramentas que chegam ao Grupo de Pesquisa capitaneado pela pessoa que é autora deste texto e que fazem parte do dia a dia das rotinas jornalísticas do alunado, que o ChatGPT poderia ser um instrumento modal. Ao menos a cada mês são lançados em caráter mundial dezenas de novas ferramentas, muitas delas plenamente executadas no campo jornalístico. Algumas começam a ser experimentadas em detrimento da maioria e, aos poucos, substituindo outras, sempre em velocidades diferentes. Essas movimentações fazem parte do próprio processo de conhecimento e de reverberação do próprio Jornalismo.

Mas com o ChatGPT, desde suas primeiras experimentações, mostrou-se mais eficaz em vários pontos, principalmente no oferecimento de respostas e no pessoalismo que o mesmo instiga ou fazer acreditar ser. Em poucas horas, ou poucos momentos conversacionais com a ferramenta, nota-se que a mesma parece aprender a papear com o usuário e não é raro, ao menos na experimentalidade destacada neste artigo, o quanto o ChatGPT passou-se por um humano, principalmente nas tentativas mais profundas de perspectivas de construções de pautas.

Outras experimentações sobre apuração, edição e veiculação também estão melhor explicadas em obra de autoria da pessoa responsável por este artigo (Berti, 2023).

As experimentações começaram a ser evocadas nos primeiros dias de 2023, dando conta de fatos simples, principalmente em mediações sobre produtos impressos, radiofônicos, televisivos e multimidiáticos, visto que é natural, como muito bem definido por Nilson Lage (2001) que as modalidades jornalísticas têm perspectivas diferenciais, notadamente na maneira que são produzidas e veiculadas.

Definidos os quatro caminhos midiáticos que têm, naturalmente, interfaces de pautas diferentes fora da utilização de ferramentas de Inteligência Artificial, optou-se também pelos testes em termos locais, regionais e nacionais para com as questões de pautas. Pois pretendia-se saber se haveria direcionamento, com mais precisão, ou não, entre o lugar, que geralmente é mais pautado localmente, do nacional, que têm uma cobertura maior, principalmente de pautas mais quentes.

Outro balizamento metodológico foi o encaminhamento de testes para tentar entender a ferramenta em sua temporalidade, optando-se de maneira semanal, a partir dos primeiros sete dias de janeiro de 2023, testando-se semana a semana, até a última de maio de 2023, caracterizando 22 semanas. Esses esforços ocorreram na tentativa e destaque da ferramenta entremeio a temáticas parecidas com suas respectivas respostas para saber se haveria uma predefinição, como maneira de padrão, já utilizada em sistemas popularizados balizados em algoritmos, ou se haveria um aprendizado e uma evolução principalmente na maneira do tratar e irradiar as pautas por meio da ferramenta.

Os resultados mostram-se promissores, interessantes, evolutivos e, no mínimo, trazem uma reflexão do ChatGPT enquanto ferramenta de ajuda e impulsionamento, ao menos nos caminhos de feitura da pauta para ambientes jornalísticos.

Houve uma série de boas perspectivas e nessas 22 semanas, testando-se questões locais, regionais e nacionais, bem como para ambientes impressos, radiofônicos, televisivos e multimidiáticos chegou-se a um total de 264 unidades de análise, com as perspectivas de 1.320 camadas de perguntas e respostas.

Por questão de espaço e também de objetivação deste artigo, os dados não são pormenorizados, mas seus apanhados gerais são levados em conta a partir de agora, notadamente com lição para uma reflexão geral sobre o poder da pauta.

Os testes sobre as buscas de pautas, optou-se pela aleatoriedade de temas, sendo que a variável principal era dada principalmente pela busca de até cinco camadas de novas respostas para as respostas iniciais.

Começava-se em cada uma das semanas evocadas sobre uma temática geográfica, preferencialmente não factual, pois era fato, inclusive já tratado pela própria plataforma, que é um ambiente de aprendizado e reflete uma série de temáticas com delay.

Ou seja, o ChatGPT, em termos de utilizações para pautas jornalísticas, não se mostra um instrumento atual. Esse, ao menos até o final do estudo, era um hiato claro, e assumido pela própria plataforma. Mas é inegável que sua busca e sistema de dados pode ser melhorado e trazer atualidades em termos de médio prazo, principalmente comparando-se o poderio e eficácia de respostas, por exemplo dado em diferenciação a mecanismos de busca como o Google, mais potente e mais eficaz, em detrimento ao Bing.

Mas nota-se que, muito mais que a resolução de respostas, o que é feito há mais de duas décadas pelos buscadores citados anteriormente, o poder de aprendizado e evolução nas múltiplas camadas de perguntas e respostas, entremeio ao bate-papo feito com a plataforma. A exemplo de temáticas econômicas. Inicialmente, pegando-se a aleatoriedade de assuntos ligados a criptomoedas para questões nacionais, notou-se um direcionamento para as mais tradicionais, principalmente o Bitcoin, com o passar das semanas notou-se uma maior inserção de pautas também sobre as altcoins e os tokens, que são criptomoedas com sistemas diferentes e menos midiáticos que o próprio Bitcoin.

O ChatGPT não só proporciona a resposta a uma simples pergunta, mas traz outros pontos, inclusive se for provocado a trazê-las. É o saber indagar seu principal ponto de provocação, aprendizado e evolução sobre a pauta em si. Ele flerta, inclusive, com os sistemas wiki, que são de código aberto e de participação dos usuários.

Em termos de desmistificação do ChatGPT seu principal ponto não está na capacidade de dar respostas, mas como ele é provocado. Perguntas complexas e provocantes instigam a plataforma a trabalhar melhor e a vivenciar melhores caminhos. Perguntas mais simples geram respostas mais generalistas e mais fáceis.

Então, pode-se aferir e destacar, principalmente, que o ChatGPT, ao menos para termos jornalísticos, é uma ferramenta que ajuda a trazer perspectivas de pautas, de personagens e de respectivos direcionamentos, o que pode ser um bom caminho para pautas mais frias, principalmente em dias de soft news (as notícias mais frias), em abundância enquanto não ocorrem notícias mais quentes, as hard news, que precisam de atuações muito mais de apuração, edição e veiculação, do que propriamente dito em caminhos que rumem para a pauta propriamente dita.

Perguntou-se à plataforma sobre regionalidades, sabendo que o Brasil com seus 5.570 municípios, segundo o IBGE (2023), tem uma série de peculiaridades e particularidades, muitas delas microrregionais, e nota-se que há uma direcionalidade quando a pergunta ideal sobre cidade X ou cidade Y. Ou seja, testou-se a mesma interface sobre municípios diferentes e notou-se um direcionamento de pauta para um município amazônico ou para um município do Sertão, ou ainda para um lugar litorâneo ou pantaneiro. A plataforma, em seu vasto banco de dados regionaliza e municipaliza as informações, algumas vezes especificando pontos e trazendo, quando indagado sobre pessoas, lugares e personagens específicos.

Testou-se durante o período do estudo profissionais em várias áreas como agricultura, economia, sindicalismo, educação, política, voluntariado e a ferramenta indicou nomes, endereços e possibilidades de abordagem, mediante o nível de camadas e informações a que a ferramenta ia sendo desafiada no processo de vivência e perspectivas sobre os caminhos via ChatGPT.

Em termos gerais, destaca-se que o ChatGPT é um instrumento que pode auxiliar na feitura das pautas, inclusive em dias de pautas mais frias ou de inspiração

sobre elas, mas continua sendo o próprio jornalista o principal elo da pauta para com a feitura do mesmo e, ao menos neste término de primeiro semestre de 2023, o ChatGPT ainda não acabou com a pauta e muito menos com o Jornalismo, mas, certeza, mostra-se um instrumento de ajuda para as redações, o que, a médio prazo, pode começar a diminuir alguns postos de trabalho nas empresas que têm jornalistas exclusivos para o trabalho com pautas, já que, com o auxílio e a inspiração do ChatGPT, e outras ferramentas de Inteligência Artificial, muitos dos trabalhos manuais e iniciais das pautas, podem ser feitas por esses sistemas eletrônicos.

Considerações

Considera-se, principalmente, que o ChatGPT revoluciona, e continuará revolucionando, o Jornalismo, seja ele feito de maneira local, regional e, principalmente, nacional. Mas não é nenhum sistema de Inteligência Artificial que irá acabar ou transformar completamente as ferramentas de mediações, uma delas é a própria pauta. Mas sim que está no fator humano, com sua capacidade histórica e recorrente, e suas respectivas sensibilidades, que têm o poder de instigar essa ferramenta para os trabalhos constantes redacionais ou das assessorias de comunicação, já que continuará sendo a pauta o grande caminho para o início de bons, e necessários debates e práticas sobre os próprios rumos jornalísticos.

Este texto buscou entender as interfaces do ChatGPT em apenas uma das possibilidades jornalísticas que é a pauta, sem levar em conta as questões das apurações, das edições e das veiculações, quarteto básico para o bom andamento de um processo jornalístico, ao menos na contemporaneidade. Também não foi levado em conta a pauta para as outras funções jornalísticas fora do ambiente redacional e também tão importante quanto os trabalhos das assessorias de comunicação e também na utilização das mediações via redes sociotécnicas, atualmente trabalhando e reconhecendo as importâncias redacionais, mas que também têm suas interfaces próprias e modernas de encarar, tratar e repassar as informações, seja para públicos mais segmentados ou para os públicos mais gerais.

Condenar o ChatGPT, e muito menos virar as costas, não mudará a popularização dessa ferramenta. Censurá-la, muito menos.

Mas, tudo indica, está na própria educação midiática, de quem produz as mediações e, notadamente, de quem consome, que garantirá o bom andamento entre o ChatGPT, a pauta e o bom Jornalismo, sempre com jota maiúsculo mesmo.

Permanece-se acreditando no potencial das mediações informacionais por meio do Jornalismo profissional, mas é fato que as redações e seus profissionais, por si só, não serão os responsáveis por salvar o Jornalismo ou, caso continuem saudosistas em uma não adaptação ou experimentação de novas ferramentas correm o risco de serem alijados principalmente pela população mais infoconectada e que muitas vezes não está a par do jornalismo mais tradicional e que tem um afã mais rápido, e muitas vezes flertando com a efemeridade.

Não se trata, repete-se, de uma defesa apaixonada pela ferramenta, mas de um chamariz para que, ou o Jornalismo se adapta a tirar o melhor dela, ou ela termina por engolir uma parte dele e, conseqüentemente, termina por minar o próprio interesse público e sua importante atuação entremeio ao consumo e reverberação de notícias, instigando que o Jornalismo não é feito somente para os jornalistas, que também consomem seus produtos e os produtos de colegas, mas que também as mediações informacionais são feitas para a maior quantidade de pessoas, preferencialmente podendo ser reverberadas.

Destaca-se que as tecnologias devem ser testadas, referenciadas e, caso sejam valorosas ao público, indaga-se porque não serem melhoradas e evoluídas em prol do bom Jornalismo? Por que o bom Jornalismo não pode conviver com o ChatGPT e suas evoluções?

O que é condenado é sobre a veiculação de pautas e conteúdos como se fossem humanas, dando-se crédito erroneamente a pessoas ou fazendo-se crer que foi um humano que foi o responsável por aquilo. Ou seja, não é a ferramenta a culpada, mas o lado criminoso utilizado no processo.

Que possa haver evolução, debates e, principalmente, a continuação, não só dos jornalistas, da Academia, mas de toda a sociedade, sempre evocando as boas pautas e o bom Jornalismo.

Referências

BERTI, O. M. C. **ChatGPT: evolução ou fim do Jornalismo?** Teresina: EdUESPI, 2023.

CORREIA, J. **O poder do jornalismo e a mediatização do espaço público.** Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2010.

COSTA, A. **Heráclito: fragmentos contextualizados.** São Paulo: Odysseus, 2021.

ESTADO DE MINAS. **Pesquisa: 49% das redações jornalísticas já adotam ferramentas como ChatGPT.** Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2023/06/12/interna_tecnologia,1506132/pesquisa-49-das-redacoes-jornalisticas-ja-adotam-ferramentas-como-chatgpt.shtml. Acesso em: 20.jun.2023.

FORBES. **5 rivais que competem direta ou indiretamente com o ChatGPT.** Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/5-rivais-que-competem-direta-ou-indiretamente-com-o-chatgpt/>. Acesso em: 30.mai.2023.

GOODFELLOW, I.; POUGET-ABADIE, J; MIRZA, M; XU, B; WARDE-FARLEY, D; OZAI, S; COURVILLE, A; BENGIO, Y. **Generative adversarial Networks.** Nova York: Revista Communications of the ACM, v. 63, n. 11, 2020, pp. 139-144.

GUIDI, M; TIMPONE, R. **Explorando a mudança de cenário de IA.** Da IA Analítica à IA Generativa. São Paulo: Ipsos, 2023.

IBGE – Instituto Brasileiro De Geografia e Estatística. **Quantidade de municípios do Brasil até o primeiro semestre de 2023.** Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados>. Acesso em: 18.jun.2023.

LAGE, N. **A reportagem.** Rio de Janeiro: Record, 2001.

LOEBLEIN, D. **Técnicas para TV.** Curitiba: Intersaberes, 2017.

MARTINO, L. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes.** Petrópolis: Vozes, 2015.

MCCOMBS, M; VALENZUELA, S. **Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion.** Oxford: Polity, 2020.

MORAES, F. **A pauta é uma arma de combate: subjetividade, prática, reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza.** Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2022.

OPENAI. **Sobre o ChatGPT.** Disponível em: <https://openai.com/about>. Acesso em: 20.jun.2023.

PEREIRA JÚNIOR, L. **Apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa.** Petrópolis: Vozes, 2010.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

PERUZZO, C. **Comunicação nos movimentos populares.** Petrópolis: Vozes, 2010.

REGINATO, G. **Informar de modo qualificado: a finalidade central do jornalismo nas sociedades democráticas.** Florianópolis: Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 17, n. 1, 2020, pp. 43-53.

ROSA, M. **A reputação na velocidade do pensamento: imagem e ética do pensamento.** São Paulo: Geração Editorial, 2006.

SICHMAN, J. **Inteligência artificial e sociedade: avanços e riscos.** São Paulo: Revista Estudos Avançados, v. 35, n. 101, 2021, pp. 37-49.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2012.