

Inteligência artificial e jornalismo opinativo: problematizando em diálogo com o ChatGPT

Francisco de Assis

Resumo:

O artigo discute a relação da inteligência artificial (IA) com o jornalismo, focando-se na prática do gênero opinativo. O objetivo é identificar possibilidades e limites do uso dessa ferramenta para a produção de matérias reflexivas e que se dedicam a emitir juízo a respeito de temas controvertidos. Amparada no método materialista histórico-dialético, a abordagem parte de uma experiência pedagógica, na qual alunas e alunos de um curso de graduação foram estimulados a comparar seus próprios textos com elaborações solicitadas ao *chatbot* ChatGPT, lançado em novembro de 2022. Como resultado, consideramos que a IA, por si mesma, pouco oferece ao exercício da opinião, uma vez que pasteuriza as informações recuperadas pelos algoritmos, não assimila filtros socioculturais e, acima de tudo, gera redações superficiais, muito aquém da capacidade humana de analisar pautas emergentes do mundo social.

Palavras-chave: Inteligência Artificial. Jornalismo opinativo. ChatGPT.

Artificial intelligence and opinion journalism: problematizing in dialogue with ChatGPT

Abstract:

The article discusses the relationship between artificial intelligence (AI) and journalism, focusing on the practice of opinion journalism. The aim is to identify the possibilities and limitations of using this tool to produce reflective articles dedicated to judge controversial issues. Supported by the historical-dialectic materialist method, the approach is based on a pedagogical experience in which students of an undergraduate course were encouraged to compare their own texts with elaborations requested from the ChatGPT chatbot, launched in November 2022. As a result, we consider that AI, by itself, offers little to the exercise of opinion, since it pasteurizes the information retrieved by the algorithms, does not assimilate socio-cultural filters and, above all, generates superficial essays that fall far short of the human capacity to analyze the emerging agendas of the social world.

Keywords: Artificial Intelligence. Opinion journalism. ChatGPT.

Recebido em: 11.07.23
Aprovado em: 16.12.23

Francisco de Assis

Doutor em Comunicação Social. Professor do curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo.

E-mail: francisco@assis.jor.br

Estudos em Jornalismo e Mídia
v. 20, n. 2, jul./dez. 2023.
ISSNe 1984-6924

A IA é capaz de opinar?

A inteligência artificial em si não possui emoções, crenças ou opiniões próprias, pois é uma construção baseada em algoritmos e processamento de dados. A capacidade de opinar está associada ao julgamento subjetivo e à tomada de posição baseada em valores e experiências pessoais, características que são inerentes aos seres humanos.

No entanto, é possível criar sistemas de inteligência artificial que possam simular a capacidade de emitir opiniões ou tomar decisões com base em critérios estabelecidos previamente. Esses sistemas podem ser programados para analisar dados, reconhecer padrões e fornecer respostas ou recomendações com base nessa análise.

É importante ressaltar que, mesmo em casos nos quais a inteligência artificial é programada para fornecer opiniões, essas opiniões são baseadas nas informações e no conhecimento disponíveis no momento da programação. Elas não são resultado de experiências pessoais ou de um processo de reflexão, como ocorre com as opiniões humanas.

Em resumo, a inteligência artificial pode simular a capacidade de emitir opiniões, mas essas opiniões são baseadas em algoritmos e dados processados, e não em crenças ou sentimentos próprios¹.

A citação preambular deste artigo consiste em resposta que o ChatGPT² nos deu ao questionarmos sua capacidade de expressar opiniões. Não o fizemos sem propósito. A motivação para tanto é de natureza pedagógica, uma vez que o uso prático da inteligência artificial, doravante IA, se colocou como questão a ser enfrentada no âmbito do ensino, já que alunas e alunos – de ensino superior, mas não só – encontraram nessa ferramenta um facilitador para a execução de tarefas. Para além da implicação ética a que o uso de tal recurso está sujeito, sobre a qual não nos debruçaremos aqui, a dúvida que se nos colocou foi sobre a capacidade de a IA formular juízos críticos, tendo em vista o andamento da disciplina Narrativas de Análise e Opinião, que ministramos em um curso de graduação em Jornalismo, no primeiro semestre de 2023.

Partimos do pressuposto de que o corpo discente não deve ser proibido do contato com a IA. Muito antes, pelo contrário, é benéfico que seja estimulado a interagir com tal recurso, extraindo o que for proveitoso e identificando limitações que se opõem à prática de um bom jornalismo. Com clareza, transparência e, acima de tudo, senso crítico. A partir de estímulo a uma formação que lhes garanta autonomia, futuras e futuros jornalistas podem encontrar na observação acurada da mediação algorítmica algumas chaves para compreender como as narrativas cotidianas se estabelecem, inclusive no que diz respeito às de fundo opinativo.

No caso trazido à reflexão, provocamos estudantes a um exercício em etapas, a fim de evitar que a facilitação da IA as/os atraísse como oferta de saída fácil para a produção de um artigo opinativo. O procedimento didático adotado se desdobrou em quatro etapas: 1) coleta de informações sobre o tema escolhido³ e estruturação de uma linha argumentativa; 2) elaboração de texto a partir dos parâmetros esboçados; 3) diálogo com o ChatGPT, momento em que cada um solicitou que a máquina produzisse um artigo sobre o mesmo tema; e 4) síntese comparativa entre aquilo que foi elaborado individualmente e o que a IA ofereceu.

Estimulada pela experiência descrita, a abordagem que agora fazemos também nela se baseia para reconhecer problemáticas da apropriação da IA pelo jornalismo, especial e especificamente quando se trata do gênero opinativo. De que modo, afinal, esse recurso tecnológico implica no exercício da opinião jornalística e que usos podem ser possíveis, considerando-se a natureza da atividade em questão? Para responder a esta pergunta – ou a parte dela, pelo menos, dada a sua complexidade –, recorreremos metodologicamente ao método materialista histórico-dialético, desenvolvido no âmbito da obra marxiana, que busca tratar os objetos extraídos da realidade de maneira crítica, inserindo-os no devido processo histórico. Está longe, portanto, de ser mera

¹ Resposta extraída do ChatGPT em 23 de junho de 2023.

² ChatGPT é um *chatbot* – um programa de computador que simula conversação com humanos, a partir de mecanismos de inteligência artificial – desenvolvido pela empresa estadunidense OpenAI. Disponível em: <https://openai.com/blog/chatgpt>.

³ Por considerarmos que opinar demanda conhecimento sobre o que se está tratando, deixamos que a escolha do tema partisse livremente de cada estudante – alunas e alunos de 4º semestre –, conforme seus referenciais de mundo. A única recomendação foi a de que se tratasse de assunto sobre o qual o contraditório pudesse ser explorado, isto é, que desse “margem a uma opção do sujeito entre duas ou mais alternativas, igualmente possíveis” (Beltrão, 1980, p. 15).

descrição. A esse modo de analisar, explica Lígia Márcia Martins (2019, p. 35), “não basta constatar ‘como’ as coisas funcionam nem estabelecer conexões superficiais entre fenômenos”; é preciso “não se perder de vista o fato histórico fundamental de que vivemos numa sociedade capitalista, produtora de mercadorias, universalizadora do valor de troca, enfim, uma sociedade essencialmente alienada e alienante que precisa ser superada”. O que discutiremos a seguir está assentado nesta posição.

Sobre jornalismo e IA

Há diversas definições para IA. Desenvolvida no âmbito da ciência da computação, desde a década de 1950, trata-se de aparato tecnológico que ambiciona se aproximar da capacidade de raciocínio da mente humana. Mais especificamente, podemos aceitar, com Dora Kaufman (2018, p. 19), que consiste em “campo de conhecimento associado à linguagem e à inteligência, ao raciocínio, à aprendizagem e à resolução de problemas. A IA propicia [...] interação entre o homem e a máquina como duas ‘espécies’ distintas conectadas (homem-aplicativos, homem-algoritmos de IA)”.

Não se trata, porém, de inteligência em sentido estreito, “uma propriedade emergente de organismos interagindo com o ambiente e com outros organismos”, “um produto do processo darwiniano de seleção natural” (Nicolelis, 2023, online), já que os algoritmos “são incapazes de distinguir o possível do impossível”, atitude própria da capacidade humana de pensar (Chomsky; Roberts; Watumull, 2023, online). IA é uma programação organizada a partir de critérios probabilísticos, um conjunto de ações sequenciais programadas para chegar a padrões – linguísticos, inclusive – mais prováveis de corresponderem a certas lógicas e que, repetidas à exaustão, constituem uma das formas mais corriqueiras de apreender o cotidiano na contemporaneidade.

O aspecto da IA que mais interessa à nossa discussão condiz com sua possibilidade de articular informações preexistentes, resultando em material novo. A relação do jornalismo com essa tecnologia já é uma realidade, e em alguns casos até com percurso relativamente longo. Veja-se, por exemplo, o caso de matérias sobre o resultado de jogadas esportivas, produzidas automaticamente desde pelo menos 2012, quando a startup estadunidense *Narrative Science* licenciou um robô, batizado de *StatsMonkey*, capaz de elaborar textos curtos sobre uma partida imediatamente após sua conclusão.

A plataforma conseguiu criar, automaticamente, notícias sobre esportes, especialmente de jogos de beisebol, cujos dados permitiram trazer ao corpo da notícia a figura de jogadores que compunham o time, pontuação do jogo e probabilidade de vitória, com base no banco de dados disponibilizado. [...] Diante da alimentação da base de dados com o resultado da partida em questão, a partir da lógica estatística inerente a sistemas especialistas, o *StatsMonkey* minera, classifica, hierarquiza, pondera e aciona a AI para ativação do processamento de linguagem natural, que resulta em uma notícia estruturada com parâmetros clássicos de redação jornalística... (Barcelos, 2019, p. 149-150).

No Brasil, Guilherme Felitti, ouvido como fonte por Tainah Ramos (2023, online), lembra que veículos como o *G1* vêm adotando, desde 2020, um procedimento semelhante para noticiar resultados de eleições. Também naquele ano, no início da pandemia de Covid-19, um convênio entre a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade de São Paulo (USP) viabilizou o desenvolvimento do robô *Corona Repórter*, a fim de sistematizar dados relacionados ao enfrentamento do novo coronavírus; na avaliação de Laura Rayssa de Andrade Cabral e Fabiana Cardoso de Siqueira (2022, p. 15), essa programação cumpriu sua função, mas limitada “a bases de dados muito específicas, de estatísticas gerais

da pandemia, realidade que, de certa forma, provoca a repetição do mesmo tipo conteúdo, apenas atualizando as informações”.

Do ponto conceitual, tais experiências consistem no que alguns autores, como Matt Carlson (2014) e Silvia de Freitas DalBen (2018), chamam de “jornalismo automatizado”. Paulo Nuno Vicente e Ana Marta Moreira Flores (2021, p. 179) acrescentam outros três sinônimos – “jornalismo algorítmico”, “jornalismo computacional” e “jornalismo robotizado” –, explicando que se referem “à aplicação de programas informáticos – nomeadamente, algoritmos – ao trabalho noticioso, com o objetivo de organizar, interpretar, e produzir peças noticiosas com base em conjuntos de dados estruturado”. Rui Miguel de Arrifes Godinho (2022, p. 10), por sua vez, cita “jornalismo aumentado”, enquanto Marcelo Silva Barcelos (2019, p. 23) defende que “estruturas e suportes complexos, antes não vigentes no panorama das mídias, abrem lugar a um novo modelo de jornalismo”, chamado por ele de “jornalismo das coisas”. Enfim, Miguel Túñez-López, Carlos Toural-Bran e Cesibel Valdiviezo-Abad (2019, p. 1412, tradução nossa) utilizam o termo “jornalismo artificial” para dizer sobre um “jornalismo sem jornalistas humanos”.

Todos esses rótulos reivindicam modos de fazer jornalismo atravessados pela tecnologia em nível elevado, manejando a linguagem a partir de elementos capturados automaticamente em bancos de dados digitais, dispensando – ou minimamente restringindo ao máximo – a ação humana.

A primeira tentativa de produzir conteúdo informativo de forma autónoma surge em 1970, quando [Harry R.] Glahn tentou criar boletins meteorológicos através de processamento informático. [...] Porém, como é feito o processamento destes dados por um computador? Recorrendo à técnica de *machine learning* (aprendizagem automática), o software consegue analisar dados e construir modelos que, desde que corretamente configurados, permitem a um sistema “adaptar o seu comportamento por forma a gerar os resultados pretendidos para um conjunto de entradas” [...]. Ao aprender com os dados, o computador acaba por adquirir estratégias e metodologias que permitem a realização de tarefas que, se feitas por um humano, poderiam ser mais demoradas e/ou dispendiosas... (Godinho, 2022, p. 8).

Mas há diferença entre a automação – algo de que, reiteramos, o jornalismo já se vale – e a pretensa revolução promovida pela IA, decantada nos últimos meses, mais especificamente desde novembro de 2022, quando foi lançado o ChatGPT. Hélio Arthur Reis Irigaray e Fabricio Stocker (2023, n.p) explicam que esse *chatbot* – ou robô conversador, se quisermos – foi desenvolvido conforme o modelo de linguagem *Generative Pre-Trained Transformer* (GPT), sendo capaz de responder a quase tudo o que lhe é perguntado – e fazendo-o, por ora, gratuitamente. Os autores acrescentam:

Por definição, *chatbot* é um programa de computador projetado para simular conversas com usuários humanos [...]. GPT é um modelo de aprendizado artificial [desenvolvido pela OpenAI, cuja primeira versão foi divulgada em 2018], que usa técnicas de aprendizado não supervisionado e supervisionado para entender e gerar linguagem semelhante à humana [...]. O ChatGPT é capaz de responder desde perguntas simples a escrever textos mais complexos [...], em uma linguagem quase indistinguível da linguagem humana natural [...]. Todavia, o ChatGPT tem suas limitações, pois, por ser construído com base estatística, a qual se vale de padrões definidos por um grande conjunto de dados de texto, apresenta a possibilidade de que preconceitos e estereótipos presentes nos dados sejam replicados...

A proposta da IA em moldes próximos às características do ChatGPT, dita uma *inteligência artificial generativa*, ultrapassa a organização de informações básicas – como a pontuação de uma rodada esportiva ou a quantidade de votos em uma disputa eleitoral – e avança em uma complexidade inerente às narrativas sobre o cotidiano, uma das definições de jornalismo que assumimos. Quer-se, a partir de mecanismo orientado pela lógica, chegar automática e artificialmente a textos com finalidade de ler a vida cotidiana, algo que historicamente corresponde à teia de relações sociais estabelecidas com ancora-

gem na cultura. O crivo para avaliar essas dimensões escapa do domínio da IA (Helder; Oliveira, 2023; Irigaray; Stocker, 2023; Ramos, 2023).

Conquanto as distintas práticas, é possível considerar que todas as formas que aproximam a IA da produção jornalística resultam em um ponto de tensão: “A capacidade do jornalismo automatizado de gerar perfis de notícias sem intervenção de humanos levanta questões sobre o futuro do trabalho jornalístico”. Esta é uma conclusão a que chegou Carlson (2014, p. 423, tradução nossa), ao analisar o caso da *Narrative Science*. Não se trata apenas de temor por redução de postos de trabalho – o que já se verifica (Rose, 2023) –, mas principalmente de inquietação acerca da capacidade do campo e de seus agentes disputarem espaço com a tecnologia.

Pensando sobre esse cenário de múltiplos interesses, a IA explora a produção humana, servindo, em última análise, para a manutenção do sistema capitalista – cuja estrutura, sabemos, encontra-se em profunda crise (Mészáros, 2009). Esta é a linha argumentativa que segue Miguel Nicolelis (2023, online):

De certa maneira, o ChatGPT é um grande plagiador, porque pega o material feito por um monte de gente, mistura e gera algo que chama de produto novo, mas, na realidade, é em grande parte influenciado pelo produto intelectual de milhares e milhares de seres humanos. Para o sistema capitalista atual, moderno, a inteligência artificial é a grande ferramenta de marketing, porque gera uma total desigualdade no relacionamento com a força de trabalho.

A problemática, porém, não se encerra aí. O emprego da IA pelo capital almeja interferir na esfera pública, controlando debates, enviesando percepções e dissolvendo o senso crítico. Quem diz isso é Noam Chomsky (2023, online). Em seu modo de ver, a IA não deve ser proibida – algo com que concordamos, incluindo no que respeita ao processo de ensino-aprendizagem –, mas precisa ser vista como instrumento de poderosos grupos econômicos, “que vão se envolver nestas tecnologias e encontrarão inúmeras formas de contornar a legislação. Especialmente se as pessoas realmente quiserem isto [IA], criando uma lógica de procura e oferta”.

Compreendendo ser a IA fruto da dinâmica capitalista, não é equívoco considerar que sua popularização é fetichizada – no sentido atribuído pelo marxismo à mercadoria. Isso explica, em parte, a rapidez com que novos recursos tecnológicos se espalham. Na última edição do guia *IA para periodistas: una herramienta por explotar*, produzido pela empresa espanhola *Prodigioso Volcán*⁴, os redatores destacam que, em “apenas 5 dias após seu lançamento, o ChatGPT e seu formato conversacional alcançaram 1 milhão de usuários. Seu antecessor, o GPT-3 [lançado em 2020], demorou dois anos para chegar a esse número” (IA Para Periodistas..., 2023, n.p, tradução nossa). Quanto mais avançada e interativa, mais a IA atrai atenções, infiltrando-se no cotidiano e abalando estruturas dos campos sociais. Entre eles, o jornalismo e suas formas de dizer sobre o cotidiano – caso da opinião.

Opinar: atribuição de quem?

No jornalismo, a opinião conforma reflexões e a tomada de posições a respeito de assuntos controversos e socialmente tidos como pautas de debate. Luiz Beltrão (1980, p. 15-16) já advertia que nem todo tema se abre ao exercício de opinar, algo que se decide dentro de um coletivo, isto é, em conformidade com normas de conduta social estabelecidas à luz do pensamento de determinada época. Trata-se de uma das dimensões mais clássicas do jornalismo, classificada de muitas maneiras. Aqui, em comunhão com José Marques de Melo (2020, p. 216), a entendemos como um gênero, ao qual está submetida uma variedade de formatos⁵. É o caso do artigo, texto no qual “jornalistas e cidadãos desenvolvem ideias e apresentam opiniões. Contém julgamentos mais ou menos provisórios, por ser escrito enquanto os fatos ainda estão se configurando”.

⁴ Produzido em colaboração com Karen De la Hoz, Fundación Gabo e Florencia Coelho, New Media Research e o diário argentino *La Nación*.

⁵ Mais precisamente, o gênero opinativo, na classificação de Marques de Melo (2020, p. 216), se desdobra em oito formatos: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

Para o autor em quem primeiro nos apoiamos, a opinião jornalística “emerge nos processos revolucionários de natureza anticolonial (EUA, 1776) e antiabsolutista (França, 1789)” que converteram jornais e revistas em “arena de combate” (Marques de Melo, 2020, p. 216). Jean de Charron e Jean de Bonville (2016, p. 29) localizam seu apogeu – momento em que se converte em paradigma – no início do século 19, “num contexto de transformação das instituições políticas”, em que “o gazeteiro, transformado em editor, põe o jornal a serviço das lutas políticas. Lugar de expressão e de combate políticos, o jornal de opinião prega aos convertidos recrutados na elite política, religiosa e comercial”. É o espaço, por excelência, da difusão de ideias, análises, diagnósticos, defesas e outras expressões valorativas. Os artigos, por conseguinte, são textos assinados por pessoas “cujos pontos de vista interessam ao conhecimento e [à] divulgação do editor e de seu público típico” (Beltrão, 1980, p. 65), isto é, são argumentações queridas e necessárias para o debate público.

Historicamente, essa opinião, há de se dizer, não se sustenta apenas em subjetividades – muito embora se abra a elas –, mas combina-as com elementos objetivos, que podemos aqui chamar de “fatos”, avaliando-os conforme parâmetros variados. A ideia de que opinar é ato livre de compromissos corresponde a uma apreciação de senso comum que acabou incorporada ao ensino de produção jornalística. Christa Berger e Frederico de Mello B. Tavares (2020, p. 272) anotam que, na segunda metade do século 20,

a necessidade de ensinar redação jornalística, disciplina fundamental em todos os currículos, explicava a ênfase na distinção entre notícias e comentários e a proximidade [...] ao paradigma anglo-americano que cunhou o axioma: ‘os fatos são sagrados, os comentários são livres’. Ainda que a realidade mostrasse que nem os fatos eram tão sagrados nem os comentários tão livres, era assim que se ensinava.

Veja-se: a opinião jornalística – articuladora do “real” de modo “parcialmente objetivado” (Charron; Bonville, 2016, p. 198) – se situa em meio às negociações próprias da imprensa, assimiladas ao longo de séculos. No jornalismo moderno, reservou-se a esse gênero um espaço delimitado – que, não obstante tenha suas divisas cada vez mais diluídas, ainda insiste numa separação entre informação e opinião iniciada em princípios do século 18 (Chaparro, 2008, p. 142). E mais: reivindicou-se uma relação estreita com o que chamamos de realidade. Reforçamos, assim, que não consiste em emaranhado de ideias soltas nem tampouco ofensivas, fraudadas ou manipuladas com o propósito de enganar – isto é, não corresponde a “desinformação” (Spitale; Biller-Andorno; Germani, 2023). Emil Dovifat (1959, p. 109, tradução e grifo nossos) não deixa dúvidas quanto a isso, ao afirmar que “a opinião é a sustentação de uma afirmação objetivamente insuficiente, mas *suscetível de confirmação*”.

O que buscamos demonstrar nesta revisão é que a opinião jornalística depende de dois principais elementos inter-relacionados: (1) a base informativa, isto é, alicerçada em ocorrências passíveis de verificação – Luisa Santamaría (1990, p. 56, tradução nossa) salienta que “só se pode comentar o que é previamente relatado” – e (2) a liberdade de expressão, que não prescinde da responsabilidade pelo que é dito e, principalmente, de limites condizentes com os filtros engendrados na cultura (tempo/espaço) de uma determinada sociedade – tópicos como o racismo, o nazismo e o trabalho escravo, por exemplo, não são passíveis de qualquer defesa, no estágio histórico em que nos encontramos, e coibir manifestações favoráveis a isso não é censura (oposta à liberdade de fala), mas atenção aos valores da época.

Nesse ponto, retomamos as problemáticas em torno da IA. A máquina pode ser programada para atender a essas diretrizes? Talvez. Mas certamente não com a precisão necessária para uma prática desejável do jornalismo. O guia mencionado há pouco assim se posiciona:

As máquinas são boas em executar tarefas repetitivas e rotineiras que envolvam calcular, priorizar, classificar, associar e filtrar. Os jornalistas são bons em trazer à tona questões de interesse público, mesmo que os envolvidos não queiram que sejam publicadas; também são especialistas em fornecer contexto, equilibrar fontes, ponderar fatores, como o direito à reputação, à privacidade ou à intimidade; da mesma forma, eles superam os algoritmos em sua capacidade de lidar com fontes humanas e de obter delas as peças-chave para reconstruir uma história. Sátiras e matérias de opinião e de análise também são terrenos onde os jornalistas humanos têm melhor desempenho do que as máquinas (IA Para Periodistas..., 2023, n.p, tradução nossa).

A centralidade da crítica aqui formulada – que à frente será contrastada com os vestígios da experiência pedagógica da qual se originou – condiz com a percepção de que a complexidade do mundo social a ser captada pelo jornalismo, especialmente quando se propõe a opinar, dificilmente se alcança artificialmente com profundidade, responsabilidade e respeito à diversidade. Sem o discernimento e a filtragem advindos da compreensão da cultura, qualquer juízo de valor não tem garantia de comprometimento com que é socialmente aceitável em determinados lugar e momento, perigando reproduzir intolerâncias, hostilidades, ideias ultrapassadas.

É evidente que a ação humana não está livre desses percalços. Exemplos que depõem contra os agentes do campo jornalístico podem ser facilmente resgatados, como um recente editorial d’*O Estado de S. Paulo*, intitulado *O ‘pizzo’ mafioso no centro de SP*⁶, a respeito dos usuários de drogas que perambulam pela capital paulista, um problema de saúde pública enfrentado há décadas, sem solução definitiva. Publicado em 13 de junho de 2023, o texto é uma aula sobre o que o jornalismo não deve fazer: reforça estigmas, desrespeita a dignidade das pessoas, distorce a natureza da questão – opõe-se, assim, aos princípios deontológicos que deveria assimilar⁷. Aparentemente escrito por um editorialista humano – salvo haver informação contrária que não nos chegou –, poderia muito bem ter sido redigido por uma máquina, porque se desloca de atitude compreensiva da cultura em que se insere. No entanto, ainda que pessoas possam cometer equívocos como este, o fazem em detrimento da postura reflexiva assegurada por sua capacidade de pensar. Como Noam Chomsky, Ian Roberts e Jeffrey Watumull (2023, online) reconhecem,

a mente humana não é, como o ChatGPT e seus semelhantes, uma pesada máquina estatística para encontrar padrões semelhantes, devorando centenas de terabytes de dados e extrapolando a resposta mais provável numa conversa ou a resposta mais plausível para uma pergunta científica. Pelo contrário, a mente humana é um sistema surpreendentemente eficiente e até elegante que opera com pequenas quantidades de informação; procura não inferir correlações brutas entre pontos de dados, mas criar explicações.

Opinar, portanto, parece ser um exercício que não abdica da habilidade humana. Em artigo de Jean Carlos da Silva Monteiro, curiosamente assinado em co-autoria com o Assistente ChatGPT (2023), evidencia-se que a inteligência artificial generativa está mais apta a organizar informações simples, sem incluir valorações – o que corresponderia, em nossa interpretação, a um segundo estágio de tratamento do conteúdo jornalístico. Ainda assim, mesmo restrita ao gênero informativo, o texto recomenda que a IA seja monitorada por profissionais, a fim de evitar o espalhamento de aspectos incompreendidos pela máquina.

O que a experiência evidenciou

O diálogo com o ChatGPT proposto por nós às alunas e aos alunos – já dito – incluía uma parte fundamental: a síntese reflexiva sobre as diferenças entre a argumentação humana e a da máquina. Consideramos que a melhor maneira de lidar com a IA no jornalismo é pôr em dúvida aquilo que nos é “vendido” como soluções simples

⁶ Disponível em: <<https://acortar.link/RRX0t7>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

⁷ O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em seu artigo 12, inciso 3º, é muito claro ao sinalizar que um dos deveres do jornalista é “tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar”. Disponível em: <<https://acortar.link/6vqfXS>>. Acesso em: 10 jul. 2023.

⁸ Os trechos das análises elaboradas pelas alunas e pelos alunos foram reproduzidos aqui *ipsis litteris*, sem ajustes e/ou correções. Apenas os grifos são nossos, destacados como forma de direcionar a discussão subsequente. Vale acrescentar que a seleção desse conjunto de expressões não tem caráter probabilístico ou estatístico, atendendo exclusivamente ao propósito de discutir criticamente o problema definido na introdução, restrito, é claro, ao contexto de ensino-aprendizagem de que fizemos parte e projetado no contexto da sociedade capitalista.

e fáceis. Das respostas elaboradas por 15 estudantes, extraímos alguns trechos para subsidiar o debate⁸:

[...] a inteligência artificial tem um papel importante na geração de texto, mas seu **alcance ainda é limitado em relação a aspectos subjetivos e pessoais**, pois sua falta de opinião própria não o permite analisar uma pauta além do que ela é (Estudante 1).

Os artigos foram semelhantes, mas justamente pelo chat não ter acesso aos temas recentes, ele **pareceu inventar uma fala** de Lula sobre os video games antes de ele virar presidente (Estudante 2).

O segundo texto também **repete muito os termos**, por exemplo, “moda sustentável” que foi o termo que usei na barra de busca (Estudante 3).

Ele [ChatGPT] também **comete um erro ao falar que o São Paulo teve derrotas na Libertadores, sendo que a equipe nem disputou este campeonato no ano passado** (Estudante 5).

O ChatGPT não mostra “o outro lado da moeda”, **não fornece contrapontos ou antíteses** (Estudante 6).

Demonstra ‘saber’ muito do conteúdo, sem falhas dos dizeres. Entretanto, **inventa em algumas partes quando não sabe do que se trata** (Estudante 7).

[...] o artigo do ChatGPT se mantém na **formalidade** e de certa forma agrega **distanciamento**, justamente **porque a ferramenta não apresenta a capacidade de constituir uma opinião** própria acerca do assunto (Estudante 8).

Destaque para o título e início do texto que eu achei bizarramente parecido com o que eu escrevi, sendo que fiz antes de colocar para o ChatGPT. Isso mostra a forma como **a partir de comandos bem dados, o trabalho da plataforma pode parecer muito com o que teria sido elaborado por uma pessoa** (Estudante 9).

[...] ele [ChatGPT] é capaz de dar um texto com a necessidade de poucos ajustes, com similaridades de enquadramento, mas o ChatGPT traz **uma visão mais geral, sem muito posicionamento e nada crítico** (Estudante 13).

As **análises feitas pela ferramenta ao decorrer do texto são pouco profundas e óbvias**. Ao contrário dos textos produzidos por profissionais da comunicação, que trazem perspectivas diversas e mais analíticas sobre cenários complexos (Estudante 15).

De partida, sobressai-se a constatação de que o produto da IA se confunde com a do humano menos por seu conteúdo que por sua forma. A escrita é correta, praticamente sem erro gramatical. No entanto, isso não basta para a atividade jornalística, e o olhar atento, mesmo em nível formativo inicial – caso da graduação –, percebe que a estrutura argumentativa proposta pela máquina é frágil. A maioria das/dos estudantes apreende que faltam contrapontos e tensionamentos. De fato, “sua falha mais profunda é a ausência da capacidade mais crítica de qualquer inteligência: dizer não somente o que é o caso, [...], mas também o que não é o caso e o que poderia e não poderia ser o caso” (Chomsky; Roberts; Watumull, 2023, online). O que se verifica são textos potencialmente descritivos e que tocam apenas a superfície dos assuntos.

Não poderia ser diferente. Ao menos por ora, a IA não captura as subjetividades – e, principalmente, as intersubjetividades – das pessoas que vivem em grupos sociais situados no tempo e no espaço, com enfrentamentos, lutas, contradições, enfim, com tudo o que configura as culturas para além do óbvio, do raso, do reducionismo. Opera, opostamente, em favor da rapidez e em detrimento do conhecimento – lógica mercantil. A técnica da aprendizagem automática, para concordar com Nicoletti (2023, online), usa “a linguagem do mercado para definir o que a vida faz. O mercado quer coisas rápidas, eficientes, com lucro infinito e gasto zero. A inteligência não tem esse compromisso”. Temos aqui uma pista para considerar que a opinião não coaduna plenamente com recursos como o ChatGPT justamente por demandar a formulação de conhecimento em outro ritmo.

Ademais, retomando a dimensão da forma, ainda que respeite a norma padrão da língua, a IA também deixa a desejar no manejo textual. É uma redação nada criativa ou bem-acabada. Monteiro e o Assistente ChatGPT (2023, n.p) indicam mesmo que “notícias escritas por humanos geralmente têm um estilo de escrita único, com variações no tom, vocabulário e estrutura de frase. Em contraste, notícias geradas por modelos de linguagem podem ter um tom mais uniforme e padronizado”. Não por acaso um dos aspectos há pouco destacados corresponde à repetição de termos, o que acena a uma escrita pouco fluida e indiferente à formação de estilo.

Não nos parece, em vista de tudo isso, que as versões mais recentes da IA ofereçam muito além do que a automação já possibilitava. Ao discorrer sobre a ferramenta Lynx Insight – “um mecanismo de AI que minera dados e ajuda na composição das reportagens, formulando perguntas e indicando temas emergentes de interesse, com base em movimentações e relatórios de mercados de valores” –, adotada em 2018 pela agência e notícias britânica Reuters, Barcelos (2019, p. 151-152) considerou, no ano seguinte ao lançamento, que o futuro desse recurso parecia estar direcionado à captura de informações e à identificação de “temas emergentes”, mas distante de uma “redação integral automatizada de notícias, embora isso já seja possível”, uma vez que seus resultados são simplórios. Se complexificarmos essa constatação tendo no horizonte as demandas do jornalismo opinativo, chegaremos a algo semelhante.

Mas algo preocupa mais que superficialidade, obviedade, padronização textual e limitações no uso da IA: a desinformação. Nossas alunas e nossos alunos notaram que o *chatbot* inventa, ou minimamente distorce dados e declarações. Há ao menos três possíveis razões para tanto. A primeira é a limitação na recuperação de dados. No caso do ChatGPT, até o momento, suas buscas consideram apenas “informações que foram colocadas na internet até 2021” (Helder; Oliveira, 2022, online). A segunda é um enviesamento de contexto, o qual, conforme Felitti – entrevistado por Ramos (2023, online) –, somente o humano é capaz de compreender, “e isso não pode ser substituído”. A terceira, enfim, que cogitamos, é uma programação “viciada”, que preenche lacunas de suas composições textuais, ainda que com dados sem validade.

O estudo de Giovanni Spitale, Nikola Biller-Andorno e Federico German (2023, p. 4, tradução nossa), a respeito da maneira como internautas se relacionam com tweets sobre temas como mudanças climáticas, terraplanismo, segurança de vacinas e tratamentos homeopáticos para câncer, previne justamente que a IA é tão eficiente para informar quanto para desinformar. Mais ainda, o faz melhor que os humanos. Para os autores, “o GPT-3 não têm um desempenho melhor do que os humanos no reconhecimento de informações e desinformação”; no entanto, “pode ser mais eficiente na transmissão de informações porque pode gerar texto que é mais fácil de ler e de entender [mais simples, portanto], em comparação com o texto escrito por humanos”.

Retomando a sugestão de Barcelos (2019, p. 151-152), podemos, enfim, cogitar que a possibilidade da IA para o jornalismo – principalmente de opinião – está em oferecer subsídio (recuperar dados em pouco tempo, localizar informações dispersas, ajudar na checagem de informações que podem embasar uma argumentação, etc.) à leitura crítica desenvolvida por humanos. Para tanto, vale olhar uma observação feita por um(a) aluno(a) – Estudante 9 – e que consiste em ponto fora da curva, se comparada com as demais elencadas. Seu visível deslumbramento com a tecnologia carrega uma chave de compreensão: a que entende ser necessário “partir de comandos bem dados”, isto é, conhecer a ferramenta, familiarizar-se com ela, saber de suas limitações e, enfim, receber treinamento para uso adequado. Aí, sim, a IA pode ser aliada, e mesmo ajudar, sem tomar lugar que não é nem nunca será seu.

O futuro é o passado?

Longe de querer demonizar a IA, o que buscamos formular nestas linhas, embora tecendo mais críticas do que reconhecendo possibilidades, foi uma refle-

xão que, por um lado, admite ser necessário lidar com as novidades tecnológicas, mas, de outro, compreende não haver motivos para enxergar em ferramentas como o ChatGPT uma sentença de morte para o jornalismo – e muito menos para seu gênero opinativo. Tampouco significa a extinção da categoria de jornalistas, ainda que a ameaça do desemprego provocado por substituição de pessoas por máquinas seja algo recorrente no capitalismo. No entanto, é próprio da criatividade humana encontrar meios de agir nas brechas e driblar, ao menos parcialmente, o sistema que se impõe, até que os trabalhadores alcancem a superação do capital (Mészáros, 2009; Martins, 2019).

Deixando a utopia (possível) de lado, resta claro que, a despeito de sempre mais sofisticada, a IA não parece ter condições de alcançar a criticidade demandada para sustentar o debate público e a compreensão da cena sociocultural em que os temas pautados se desenrolam. Por isso mesmo seu uso requer atenção e respaldo, para que o pensamento crítico não sucumba e não abra terreno para a desinformação e suas consequências, como o negacionismo e o extremismo. É necessário investir em educação capaz de formar cidadãos e cidadãs questionadores e capazes de lidar com a mídia e a tecnologia – em especial, no âmbito do ensino de jornalismo. Vale aqui fixar a admoestação de Chomsky (2023, online):

Estes movimentos anti-ciência começaram há várias gerações. A indústria do tabaco, há 70 anos, foi uma das propulsoras, com um amplo programa de desinformação. Quando se descobriu que o tabaco era letal, a indústria do tabaco não se limitou a negar esses fatos: tentou atacar as provas científicas, explicando que a ciência não é definitiva. Mais recentemente, temos a indústria dos combustíveis fósseis. A estratégia é influenciar o público a ponto de negar a objetividade da ciência, ao semear dúvidas, ao dizer que a ciência não é fiável, ao alertar para o desemprego. Penso que a chamada inteligência artificial enquadra-se muito bem nisso. [As ferramentas de IA] estão induzindo no público uma sensibilidade que nega fundamentalmente o objetivo da ciência. De que vale compreender o que quer que seja quando se pode analisar um sem-fim de dados e prever o que vai acontecer? Este é o mais radical ataque ao pensamento crítico, à inteligência crítica e particularmente à ciência que eu alguma vez vi.

Se considerarmos que a saída para driblar os problemas gerados pelo uso indiscriminado da IA no campo jornalístico é estimular aquilo que ela não cobre – a reflexão, a compreensão, a complexidade, a narrativa densa, a opinião fundamentada, etc. –, talvez possamos vislumbrar o futuro do jornalismo no passado, na fase pré-moderna, em que o tom opinativo colocava jornais e revistas em defesa de causas e serviam de arma de combate para sustentar lutas coletivas de suma importância, como a causa abolicionista e a republicana. As pautas do nosso tempo, afeitas à defesa dos direitos fundamentais e da diversidade, necessitam desse fôlego que a máquina não provê. Aliás, ela sequer é capaz de filtrar essas dimensões, podendo sintetizar equívocos, como o próprio ChatGPT dá a entender. Por falar nisso, o que o nosso interlocutor diz sobre o futuro do jornalismo, tendo em vista o avanço da inteligência artificial? Antes de encerrar, perguntamos isso a ele. Vejamos a resposta:

O avanço da inteligência artificial está trazendo várias mudanças para o campo do jornalismo e está moldando o seu futuro de diferentes maneiras. Aqui estão algumas tendências e considerações sobre o futuro do jornalismo em relação ao avanço da inteligência artificial:

1. Automação de tarefas: A inteligência artificial pode ser usada para automatizar tarefas repetitivas e rotineiras no jornalismo, como a geração de relatórios de dados, transcrição de entrevistas, verificação de fatos, entre outros. Isso permite que os jornalistas se concentrem em atividades mais complexas e criativas.

2. Produção de conteúdo personalizado: Com a ajuda da inteligência artificial, as organizações de mídia podem personalizar o conteúdo para atender às preferências e interesses individuais dos leitores. Algoritmos de recomendação podem ser usados para sugerir artigos relevantes, com base no histórico de leitura e nas preferências de cada usuário.

Jornalismo de dados e análise: A inteligência artificial pode ajudar na análise de grandes conjuntos de dados e na identificação de padrões e insights úteis. Os jornalistas podem usar

ferramentas de IA para descobrir informações ocultas, fazer previsões e fornecer análises mais aprofundadas em suas reportagens.

3. Combate à desinformação: A desinformação é um desafio significativo no jornalismo atualmente. A inteligência artificial pode ser usada para detectar e combater a disseminação de notícias falsas e conteúdo enganoso. Algoritmos de aprendizado de máquina podem analisar rapidamente grandes volumes de informações e identificar padrões que podem indicar a presença de desinformação.

4. Novos formatos de conteúdo: A inteligência artificial está impulsionando o desenvolvimento de novos formatos de conteúdo, como narrativas geradas por máquina, chatbots de notícias e assistentes virtuais que fornecem informações em tempo real. Essas tecnologias podem melhorar a experiência do usuário e oferecer maneiras inovadoras de consumir notícias e informações.

No entanto, é importante ressaltar que a inteligência artificial não substituirá totalmente os jornalistas. Embora a automação possa ser aplicada a certas tarefas, o papel dos jornalistas na investigação, apuração, contextualização e análise crítica continua sendo fundamental. Os jornalistas são responsáveis por interpretar dados, fazer perguntas difíceis, investigar histórias e fornecer perspectivas humanas que as máquinas não podem replicar.

Em suma, o futuro do jornalismo com o avanço da inteligência artificial é uma combinação de automação de tarefas rotineiras, personalização de conteúdo, análise de dados avançada e novos formatos de entrega de informações. Os jornalistas precisarão se adaptar a essas tecnologias emergentes, adquirir novas habilidades e colaborar com a inteligência artificial para fornecer um jornalismo relevante, preciso e impactante⁹.

Observe-se que o retorno agora oferecido não difere do padrão encontrado em algumas das fontes que consultamos – como a articulada por Jean Monteiro – ou mesmo da que a própria ferramenta nos apresentou semanas atrás (vide a citação preambular), mas já incorpora outros elementos, como a desinformação. Uma análise mais detida a seu respeito, contudo, fica para uma próxima conversa.

⁹ Resposta extraída do ChatGPT em 10 de julho de 2023.

Referências

BARCELOS, M. **Um olhar no jornalismo do futuro a partir da internet das coisas (IoT) e inteligência artificial (AI):** prospecções científicas e os desafios tecnológicos nas redações. 2019. 338 f. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

BELTRÃO, L. **Jornalismo opinativo.** Porto Alegre: Sulina, 1980.

BERGER, C; TAVARES, F. Do gênero ao giro: contribuições espanholas para repensar o jornalismo. In: MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F (Orgs.). **Gêneros jornalísticos: estudos fundamentais.** Rio de Janeiro, São Paulo: PUC-Rio, Loyola, 2020. p. 271-290.

CABRAL, L; SIQUEIRA, F. Inteligência artificial no jornalismo: um estudo do robô Corona Repórter. **Rebej – Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 12, n. 30, p. 3-17, jun. 2022.

CARLSON, M. The Robotic Reporter. Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. **Digital Journalism**, v. 3, n. 3, p. 416-431, nov. 2014.

CHAPARRO, M. **Sotaques d'aquém e d'além mar:** travessias para uma teoria de gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.

CHARRON, J; BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo.** Flórida-

nópolis: Insular, 2016.

CHOMSKY, J. Chomsky: ChatGPT contra o pensamento crítico. **Outra Palavra**, 3 maio 2023. Entrevista a Ivo Neto e Karla Pequeno. Disponível em: <<https://acortar.link/Gir3XY>>. Acesso em: 8 jul. 2023.

CHOMSKY, N; ROBERTS, I; WATUMULL, J. A falsa promessa do ChatGPT. **Folha de S.Paulo**, 10 mar. 2023. Disponível em: <<https://acortar.link/Hsdlup>>. Acesso em: 8 jul. 2023.

DALBEN, S. **Cartografando o jornalismo automatizado**: redes sociotécnicas e incertezas na redação de notícias por “robôs”. 2018. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

DOVIFAT, E. **Periodismo**. México, D.F.: UTEHA, 1959.

GODINHO, R. **Inteligência artificial e jornalismo**: perspectivas exploratórias. 2022. 46 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Nova de Lisboa, 2022.

HELDER, D; OLIVEIRA, L. ChatGPT: conheça o robô conversador que viralizou por ter resposta para (quase) tudo. **GI**, 8 dez. 2022. Disponível em: <<https://acortar.link/bCNFFz>>. Acesso em: 8 jul. 2023.

IA Para Periodistas: una herramienta por explotar. Madrid: Prodigioso Volcán, 2023.

IRIGARAY, H; STOCKER, F. ChatGPT: um museu de grandes novidades. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, n.p, 2023.

KAUFMAN, D. **A inteligência artificial irá suplantar a inteligência humana?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

MARQUES DE MELO, J. Gêneros do jornalismo cultural: retrato das transformações. In: MARQUES DE MELO, J; ASSIS, F (Orgs.). **Gêneros jornalísticos**: estudos fundamentais. Rio de Janeiro, São Paulo: PUC-Rio, Loyola, 2020. p. 201-218.

MARTINS, L. As aparências enganam: divergências entre o materialismo histórico-dialético e as abordagens qualitativas em pesquisa. In: TULESKI, S; CHAVES, M; LEITE, H (Orgs.). **Materialismo histórico-dialético como fundamento da psicologia histórico-cultural**: métodos e metodologias de pesquisa. Maringá: Eduem, 2019. p. 25-36.

MÉSZÁROS, I. **A crise estrutural do capital**. São Paulo: Boitempo, 2009.

MONTEIRO, J; Assistente ChatGPT. Assistente ChatGPT no Jornalismo: implicações éticas e impactos na indústria jornalística. **Cadernos da Escola de Comunicação**, Curitiba, v. 19, n.p, 2023.

NICOLELIS, M. IA não é inteligência e sim marketing para explorar trabalho humano, diz Nicolelis. **Folha de S.Paulo**, 8 jul. 2023. Entrevista a Pedro S. Teixeira. Disponível em: <<https://acortar.link/f3fLdk>>. Acesso em: 8 jul. 2023.

RAMOS, T. A era da inteligência artificial chegou ao jornalismo. **Ajor**, 2 fev. 2023. Disponível em: <<https://acortar.link/MI3zh4>>. Acesso em: 8 jul. 2023.

ROSE, I. Os trabalhadores que perderam o emprego para inteligência artificial.

BBC News Brasil, 10 jul. 2023. Disponível em: <<https://acortar.link/JYS7te>>.

Acesso em: 10 jul. 2023.

SANTAMARÍA, L. **El comentario periodístico: los géneros persuasivos**. Madrid: Paraninfo, 1990.

SPITALE, G; BILLER-ANDORNO, N; GERMANI, F. AI model GPT-3 (dis)informs us better than humans. **ScienceAdvances**, v. 9, n. 26, p. 1-9, jun. 2023.

TÚÑEZ-LÓPEZ, M; TOURAL-BRAN, C; VALDIVIEZO-ABAD, C. Automatización, bots y algoritmos en la redacción de noticias. Impacto y calidad del periodismo artificial. **Revista Latina de Comunicación Social**, n. 74, p.1411-1433, 2019.

VICENTE, P; FLORES, A. Inteligência artificial e jornalismo: temas emergentes (2015-2020). In: CORREIA, J; AMARAL, I (Orgs.). **De que falamos quando dizemos “jornalismo”?** Temas emergentes de pesquisa. Covilhã: LabCom, 2021. p. 175-194.