



Cobertura jornalística sobre Inteligência Artificial: um olhar sobre o cenário brasileiro*



Renato Essenfelder**
Paulo Ranieri***

Recibido: 2025-06-04 • Enviado a pares: 2025-07-04
Aprobado por pares: 2025-11-18 • Aceptado: 2026-01-20
<https://doi.org/10.22395/angr.v25n49a02>

Resumo

Este estudo analisa a cobertura da mídia brasileira sobre o tema da inteligência artificial (IA). A partir do levantamento de 104 notícias publicadas em dois dos maiores jornais do país, foi possível compreender a construção discursiva realizada. De modo geral, a cobertura dos veículos *O Globo* e *Folha de S. Paulo* mostrou-se superficial, com pouca diversidade de opiniões e baixo estímulo ao debate. Conclui-se que a cobertura do tema da IA na grande mídia brasileira limita a compreensão dos leitores acerca das implicações complexas dessa tecnologia, perpetuando uma visão simplista e acrítica de seus impactos. Ademais, essa cobertura restringe o debate público sobre os desafios éticos e as responsabilidades sociais que acompanham o desenvolvimento e a aplicação da IA, especialmente em áreas sensíveis como saúde, justiça e segurança. Diante de tal cenário, torna-se crucial a realização de estudos mais abrangentes e aprofundados sobre o papel da comunicação e do jornalismo na discussão pública dessas tecnologias, considerando seus impactos sociais, éticos e políticos. Somente por meio de uma análise abrangente e contextualizada da tecnologia é que o jornalismo poderá cumprir seu papel de informar, educar e empoderar os cidadãos, para que participem ativamente dos debates públicos sobre o futuro da IA e seus impactos na sociedade.

Palavras-chave: inteligência artificial; internet; jornalismo; opinião pública; fontes de informação; tecnologia.

-
- * Este artigo integra as iniciativas do projeto de pesquisa "Governança de Inteligência Artificial no Brasil e em Portugal: cruzamentos e tendências", financiado por chamada pública do CNPq/MCTI (Brasil).
- ** Portugal, doutor, professor e coordenador do doutoramento em Ciências da Comunicação da Universidade Fernando Pessoa (Porto, Portugal) e investigador integrado ao LabCom-UBI (Universidade da Beira Interior). E-mail: ressenfelder@ufp.edu.pt. Orcid: 0000-0002-0618-1602
- *** Brasil, doutor, professor e coordenador de extensão universitária da Universidade Presbiteriana Mackenzie (São Paulo, Brasil). E-mail: paulo.ranieri@mackenzie.br. Orcid: 0000-0001-5197-3695

Cobertura periodística sobre la Inteligencia Artificial: una mirada al escenario brasileño

Resumen

El objetivo del estudio es analizar la cobertura de los medios brasileños sobre el tema de la inteligencia artificial (IA). A partir de una búsqueda por 104 noticias en los dos diarios más importantes del país, fue posible comprender la construcción discursiva realizada. En general, la cobertura de los medios de comunicación O Globo y Folha de S.Paulo direcciona para una superficialidad, con poca diversidad de opiniones o estímulo al debate. Se concluye que la cobertura superficial del tema de la IA en los principales medios de comunicación brasileños limita la comprensión de los lectores sobre las complejas implicaciones de la tecnología, perpetuando una visión simplista y acrítica de sus impactos. Además, restringe el debate público sobre los desafíos éticos y las responsabilidades sociales que acompañan al desarrollo y la aplicación de la IA, especialmente en áreas sensibles como la salud, la justicia y la seguridad. Ante este escenario, resulta crucial realizar estudios más completos y profundos sobre el papel de la comunicación y del periodismo en la discusión pública de estas tecnologías, considerando sus impactos sociales, éticos y políticos. Sólo a través de un análisis integral y contextualizado de la tecnología es posible el periodismo cumplir su función de informar, educar y empoderar a los ciudadanos para que participen activamente en debates públicos sobre el futuro de la IA y sus impactos en la sociedad.

Palabras-clave: inteligência artificial; internet; periodismo; opinión pública; fuentes de información; tecnología.

Journalistic Coverage of Artificial Intelligence: A Look at the Brazilian Scenario

Abstract

Abstract: This study analyzes Brazilian media coverage of artificial intelligence (AI). Based on an analysis of 104 news articles published in two of the country's leading newspapers, it was possible to understand the discursive construction employed. In general, O Globo and Folha de S. Paulo's coverage was superficial, with little diversity of opinions and little encouragement of debate. It is concluded that coverage of AI in the mainstream Brazilian press limits readers' understanding this technology's complex implications, perpetuating a simplistic and uncritical view of its impacts. Furthermore, this coverage restricts public debate on the ethical challenges and social responsibilities that accompany the development and application of AI, especially in sensitive areas such as healthcare, justice, and security. Given this scenario, it is crucial to conduct broader, more in-depth studies on the role of communication and journalism in the public discussion of these technologies, considering their social, ethical, and political impacts. Only through a comprehensive contextualized analysis of the technology can journalism fulfill its role of informing, educating, and empowering citizens to actively participate in public debates about the future of AI and its impacts on society.

Keywords: artificial intelligence; internet; journalism; public opinion; information sources; technology.

1. Introdução

As tecnologias agrupadas sob a designação genérica de "inteligência artificial" (IA) têm atravessado ciclos de euforia e desapontamento desde a década de 1950, mas, nas últimas duas décadas, o mundo parece testemunhar uma nova "era de ouro" nesse campo (Havenstein, 2005; Canavilhas & Essenfelder, 2021). Esse período favorável tem sido impulsionado por uma série de fatores, incluindo o aumento exponencial da capacidade de processamento das máquinas e a ampla disponibilidade de dados (*Index AI*, 2019; Boyd & Crawford, 2012). Nesse contexto, a IA deixou de ser um conceito restrito aos laboratórios de pesquisa para se tornar uma presença cotidiana em diversos aspectos da vida moderna, como veículos autônomos, assistentes virtuais e a personalização de conteúdo online (Russell & Norvig, 2016).

Entretanto, o esforço que temos feito, enquanto sociedade, para tornar os ambientes cada vez mais amistosos ao avanço da IA deveria nos levar à reflexão, segundo Floridi (2013, 2019). A característica "AI-friendly" apontada pelo autor refere-se a espaços (físicos ou digitais) projetados para facilitar a integração e a operação eficiente de sistemas de inteligência artificial, com infraestrutura tecnológica avançada, dados organizados e interfaces que promovam a interação humano-máquina. Esses ambientes são otimizados para maximizar o desempenho da IA, mas sua criação levanta questões delicadas relativas à privacidade, ao viés algorítmico e à dependência tecnológica. Por isso, a tendência de "adaptação amistosa", para que a IA avance sobre cada vez mais esferas da vida social (por exemplo, por meio de acessórios "vestíveis", como anéis e relógios) exige reflexão sobre seus impactos éticos e sociais.

No campo da comunicação, e, em especial, no jornalismo, não ocorre de forma diferente (Diakopoulos, 2019). Empresas de mídia têm adotado, ainda de modo embrionário, ferramentas e práticas que facilitam a integração da inteligência artificial (IA), como a automação de tarefas repetitivas, a personalização de conteúdo para as audiências e o uso de algoritmos para a curadoria de informações. No entanto, essa adaptação traz desafios específicos, como a manutenção da ética jornalística, a transparência no uso desses sistemas e o risco de desinformação. Diakopoulos destaca que, embora a IA ofereça oportunidades para aumentar a eficiência e a inovação no jornalismo, sua adoção também pode ameaçar a credibilidade e a responsabilidade social da mídia.

Sempre que falamos dos benefícios potenciais da IA, que vão desde a redução do tempo gasto em tarefas repetitivas até importantes avanços na área médica, surge também a necessidade de abordar os potenciais problemas advindos dessas tecnologias em múltiplas dimensões: econômica e laboral, política, de saúde mental, segurança e de direitos humanos. Essenfelder et al. (2023) oferecem um bom exemplo disso ao discutir a adoção de inteligência artificial em salas de aula, com objetivo de

tornar o ensino mais personalizado e eficiente. Os ganhos, segundo os autores, são rapidamente identificáveis, porém os efeitos nocivos podem aparecer somente a longo prazo, o que exige cautela redobrada — entre eles, os autores citam o escalonamento de práticas pedagógicas inadequadas, a erosão da agência humana, a diminuição da criatividade dos educandos e os efeitos imprevisíveis dos “incentivos” promovidos por esses sistemas (prática conhecida na economia comportamental como “nudging”).

Desafios como esses deveriam ser claramente abordados pelo jornalismo, dada a sua relevância e o seu potencial de impacto na esfera pública — afinal, a maneira como a mídia cobre a IA influencia significativamente a percepção pública dessa tecnologia. No entanto, um estudo de Canavilhas & Essenfelder (2021), sobre a cobertura da IA na mídia portuguesa, revela que, apesar do volume considerável de notícias sobre o tema, a cobertura é superficial e carece de diversidade de fontes. A maioria das reportagens foca em aplicações práticas e econômicas, com pouco incentivo ao debate crítico sobre as implicações sociais e éticas da IA. A cobertura superficial é problemática, pois pode levar a uma compreensão limitada e enviesada da IA por parte do público.

Consideramos importante que os veículos de comunicação se aprofundem nas questões complexas associadas à IA, incluindo seus impactos sociais e éticos, para promover um debate público mais informado e equilibrado (Brennen, 2018) — ainda que estejamos cientes dos limites do agendamento jornalístico diante da complexidade dos ecossistemas informativos contemporâneos (Ranieri & Pincer, 2011).

Porlezza & Schapals (2024) reforçam que, à medida que a tecnologia evolui, crescem também as preocupações éticas. Mittelstadt et al. (2016) revisaram o debate acadêmico sobre ética algorítmica e identificam as seguintes categorias de ameaças, que precisam ser mais bem debatidas: o viés algorítmico, a opacidade de seus códigos, as dificuldades de responsabilização e rastreabilidade em caso de danos, as possíveis violações de privacidade e até mesmo a perda de autonomia dos usuários, associada às câmaras de eco e à elevada personalização proporcionada por algoritmos mais sofisticados. A fronteira entre informar e manipular usuários talvez nunca tenha sido tão tênue. O debate público aprofundado sobre esses riscos é necessário e urgente.

“Contemporary journalism is becoming interconnected with technological tools, processes, and ways of thinking as the new organizing logics of media work”, afirmam Lewis & Westlund (2014, p. 20). A esse respeito, Adami (2023) argumenta que a indústria da mídia e do jornalismo estão em posição privilegiada no debate sobre a IA, tendo à mão imensas bases de dados que podem resultar em sistemas mais confiáveis. A ética do jornalismo, quando aplicada à IA, poderia resultar em sistemas mais confiáveis e responsáveis.

Tendo isso em mente, o objetivo do presente estudo é analisar a cobertura da grande mídia brasileira sobre o tema da inteligência artificial (IA) e compreender os vieses de cobertura e o nível geral do debate sobre o tema, de modo a identificar possíveis distorções e lacunas na informação que chega ao público após o agendamento das notícias. A pergunta central que orienta a pesquisa é: Como é a abordagem dos principais jornais brasileiros sobre o tema da inteligência artificial? Essa questão desdobra-se em outras, que serão apresentadas no tópico “metodologia”, à frente: em que seções dos jornais o tema IA aparece? A quais temas noticiosos a IA é associada? Qual o valor atribuído à IA nos textos (positivo, negativo, neutro)?

2. Breve história da IA

Os dilemas acerca do avanço de tecnologias inteligentes só se tornaram palpáveis graças ao progresso exponencial na capacidade de processamento de microchips. Antes de 2012, os resultados da IA seguiam, de modo aproximado, a Lei de Moore, com a capacidade de computação dobrando a cada dois anos. No entanto, após 2012, essa taxa de duplicação acelerou para intervalos de três a quatro meses (Index AI, 2019). Esse avanço permitiu que algoritmos de aprendizado de máquina processassem volumes massivos de dados em velocidades sem precedentes, tornando possível a implementação de aplicações complexas e sofisticadas de IA.

Apesar dos notórios avanços, o campo da IA ainda não dispõe de uma teoria unificadora que abarque os fundamentos para a criação de “máquinas inteligentes”, ressaltam Santaella & Kauffman (2024). Ainda segundo as autoras, o ponto em que a IA hoje se encontra, com o advento dos modelos de IA generativa, tem o potencial de provocar uma verdadeira revolução, dado que as suas aplicações, embora não passem de simulações, emulam de forma convincente habilidades humanas.

Nas últimas duas décadas, a coleta de dados em larga escala, facilitada pela onipresença da internet e de dispositivos conectados, forneceu o material necessário para que as máquinas “aprendam” e melhorem seu desempenho sem programação explícita (Hosch, 2020). Assim, a IA não apenas processa informações, mas também contribui para a redução de incertezas — por exemplo, um sistema de recomendação (como os utilizados pela Netflix) usa dados sobre o comportamento do usuário para reduzir a incerteza sobre quais conteúdos ele pode apreciar.

Hoje, a IA está integrada em uma ampla gama de aplicações, desde assistentes virtuais como Siri e Alexa até veículos autônomos e sistemas de recomendação em plataformas de streaming e comércio eletrônico (Russell & Norvig, 2016). Essas tecnologias não apenas tornam nossas vidas mais convenientes, mas também transformam indústrias inteiras. Por exemplo, a IA está revolucionando a medicina com diagnósticos

assistidos por computador e terapias personalizadas (Vold et al., 2018). A convergência de grandes volumes de dados, denominados big data, com a inteligência artificial, aliás, tem sido amplamente debatida e aplicada no setor da saúde (Souza, 2021).

Na logística, algoritmos de IA otimizam rotas de entrega e gerenciam estoques com eficiência aprimorada (Chui & Malhotra, 2018). A adoção de IA pelas empresas tem crescido significativamente. Segundo um estudo da McKinsey & Company, em 2018, 47% das empresas haviam adotado pelo menos uma solução de IA, representando um aumento considerável em relação aos 20% do ano anterior (Chui & Malhotra, 2018). Esse crescimento reflete a percepção de que a IA pode gerar valor significativo, por meio da automação de processos, da melhoria da tomada de decisões e da criação de novos produtos e serviços. No entanto, o impacto da IA no mercado de trabalho é uma questão controversa. Enquanto alguns estudos sugerem que a IA pode levar à automação de muitos empregos, outros argumentam que ela pode criar oportunidades de trabalho em áreas emergentes.

A questão central é como as sociedades e os governos lidarão com essa transição, garantindo que os benefícios da IA sejam amplamente distribuídos e que os trabalhadores afetados recebam o suporte necessário para se adaptarem a novas funções (Brennen, 2018). A popularização da IA também levanta importantes questões éticas e regulatórias. A capacidade dos algoritmos de aprendizado de máquina de tomar decisões autônomas levanta preocupações sobre os vieses embutidos nos dados de treinamento e sobre a transparência dos processos decisórios (Obozintsev, 2018). A falta de consenso sobre o que constitui a IA e como ela deve ser regulada configura um desafio contínuo para legisladores e reguladores em todo o mundo.

Outro impacto importante, e que não deve ser ignorado, é a relação entre IA e desinformação. Em recente estudo, tendo como foco notícias sobre a COVID-19, Saad & Santos (2023) descreveram um experimento que coletou dados em textos gerados pelo Chat GPT, com resultados preocupantes — informação acurada e desinformação misturadas de forma altamente enganosa. Segundo os autores, “o uso de sistemas generativos para produzir respostas em linguagem natural pode produzir igualmente informação legítima e desinformação, por conta de seu processo técnico subjacente”. Diante da constatação, alertam para que “a função editorial ativa sobre conteúdos produzidos por uma ferramenta passa a ser determinante para a preservação da qualidade, acuidade e precisão de conteúdos informativos” (Saad & Santos, 2023, p. 792).

A colaboração entre a inteligência humana e a IA pode oferecer vantagens não apenas para o jornalismo, mas também para outros setores da comunicação. Como destacam Petrescu & Krishen (2023), a inteligência híbrida — a integração sinérgica entre capacidades humanas e sistemas de IA — surge como um conceito poderoso,

com potencial para revolucionar áreas como o marketing. Essa abordagem permite combinar a criatividade, a intuição e a empatia humanas com a capacidade de processamento e análise de dados em larga escala da IA, criando estratégias mais eficazes e análises mais precisas. No entanto, explorar os benefícios da inteligência híbrida também exige atenção aos desafios, como a necessidade de equilibrar automação e intervenção humana, garantindo que as decisões sejam éticas e alinhadas aos valores das organizações e da sociedade.

Nesse cenário, a preocupação com a privacidade e a segurança dos dados é crescente. À medida que a IA se torna onipresente, a quantidade de dados pessoais coletados e analisados cresce exponencialmente, o que aumenta o risco de vazamentos e violações. Estabelecer um equilíbrio entre inovação tecnológica e proteção dos direitos individuais é um dos maiores desafios dessa nova era (Index AI, 2019). Como destacam Binns et al. (2018), a falta de transparência nos sistemas de IA e a dificuldade de rastrear o uso de dados pessoais ampliam os riscos de discriminação e abuso, exigindo mecanismos robustos de governança e responsabilização. Além disso, Taddeo & Floridi (2018) argumentam que a proteção da privacidade na era da IA requer uma abordagem multinível, que inclua regulamentações eficazes, padrões técnicos e uma redefinição ética do valor das informações pessoais. Por fim, Ananny & Crawford (2018) alertam para os desafios de responsabilização em sistemas de IA, nos quais a complexidade técnica e a distribuição de responsabilidades entre múltiplos atores dificultam a identificação de falhas e a efetiva proteção dos direitos dos usuários.

Em relação ao papel do poder público na regulação do uso de dados e na proteção digital, Ferreira, Kerr Pinheiro e Marques (2021) destacam que a criação do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) representou um avanço histórico no Brasil ao estabelecer princípios fundamentais, como neutralidade da rede, a privacidade e a liberdade de expressão, servindo de base para direitos e deveres no ambiente digital. No entanto, os autores ressaltam que, embora o Marco Civil tenha sido pioneiro na América Latina, ele deixou lacunas críticas, especialmente em relação ao tratamento e à comercialização de dados pessoais, que só foram abordadas posteriormente.

Essas lacunas foram parcialmente resolvidas com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) (Lei nº 13.709/2018), que, conforme destacam Ferreira, Kerr Pinheiro e Marques (2021), incorporou influências internacionais, como o Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) da União Europeia, introduzindo mecanismos rigorosos para a coleta e o processamento de dados pessoais. A LGPD também estabeleceu a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), responsável por fiscalizar o cumprimento da lei. Contudo, os desafios persistem, como a implementação desigual da legislação entre os setores público e privado e a necessidade de atualizações diante de tecnologias emergentes, como a IA.

3. Metodologia

Para realizar essa análise, foram examinados 104 artigos publicados em janeiro de 2024 nos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Globo*, dois dos maiores veículos de comunicação do Brasil. Todos os artigos selecionados continham a expressão "inteligência artificial", em variados contextos. A análise buscou identificar não apenas a frequência e o contexto em que a IA é mencionada, mas também a diversidade de fontes, a profundidade das discussões apresentadas e os possíveis vieses na cobertura — à luz de critérios analíticos adotados na literatura (Chui & Malhotra, 2018). Esses parâmetros são importantes para avaliar a qualidade da informação oferecida ao público e para determinar se a mídia está desempenhando seu papel de informar (e de subsidiar o debate esclarecido) sobre um tema complexo e de rápida evolução.

Espera-se que este tipo de estudo subsidie um debate público qualificado sobre um dos temas mais importantes de nossa época, que é o uso da IA na sociedade. O debate público bem informado é fundamental para a democratização das decisões sobre tecnologias emergentes e para a garantia de que essas inovações beneficiem a sociedade como um todo (Stone et al., 2016). Conforme argumentam Brynjolfsson & McAfee (2014), as decisões que tomamos hoje em relação à IA terão um impacto duradouro no futuro da humanidade. Portanto, para garantir que o público esteja bem informado sobre as potencialidades e os riscos da IA é crucial promover uma adoção ética e responsável dessas tecnologias.

Este estudo exploratório utiliza uma abordagem quantitativa para facilitar a descrição da complexidade de uma dada hipótese ou problema e o cruzamento de múltiplas variáveis (Prodanov & Freitas, 2013). Diante do cenário apresentado, a problemática de pesquisa que surgiu foi a seguinte: "de que maneira os principais veículos jornalísticos brasileiros cobrem o tema da inteligência artificial?" A partir dessa questão central, derivam-se três outras: quais são os principais temas associados à IA na grande imprensa? O valor atribuído à IA na cobertura jornalística *mainstream* é positivo, negativo ou neutro? Existe diferença na abordagem entre os veículos de mídia?

Para investigar tal questão, foram coletados 134 artigos publicados em janeiro de 2024 nas edições impressas dos jornais *Folha de S.Paulo* e *O Globo*, dois dos maiores veículos de comunicação do Brasil. Esses artigos compõem um panorama representativo da produção *mainstream* de jornalismo impresso no país, uma mídia tradicionalmente associada a um tratamento mais aprofundado e analítico dos temas contemporâneos (Kovach & Rosenstiel, 2014; Schudson, 2003).

Após a coleta, foi iniciada uma primeira etapa de leitura, denominada a pré-análise, na qual foi feita uma triagem entre os textos que tinham a IA como tema principal ou significativo no contexto da matéria e aqueles em que o termo "inteligência artificial"

aparecia apenas de forma incidental, como cartas de leitores e textos que mencionavam a expressão sem implicações relevantes para o conteúdo analisado. Por exemplo, no texto “Barroso diz que Chico Buarque já teria ganhado Nobel se a língua portuguesa não fosse barreira”, publicado na *Folha de S. Paulo* no dia 30 de janeiro, o penúltimo parágrafo cita “inteligência artificial” apenas para indicar que a declaração destacada na matéria foi feita durante um evento sobre IA, o qual não constitui objeto de discussão da matéria — sendo, portanto, excluída da amostra.

Após a etapa de pré-análise, a amostra total foi reduzida a 104 unidades de texto, sendo 52 da *Folha de S. Paulo* e 52 de *O Globo*. A partir daí, cada unidade foi analisada e codificada individualmente para estabelecer um conjunto de variáveis que atendessem aos objetivos da pesquisa e possibilitasse a realização de múltiplos cruzamentos. De modo geral, foram seguidas as indicações de Canavilhas & Essensfelder (2021), para permitir uma posterior comparação com os resultados obtidos naquele estudo, em Portugal, com vistas a uma posterior expansão da análise para toda a Lusofonia¹, futuramente. As variáveis definidas para este trabalho foram:

1. Gênero textual, subdividido em:
 - 1.1 Notícia — textos mais curtos, associados a fatos diários, como lançamentos de produtos ou serviços, discursos políticos, resultados financeiros e eventos;
 - 1.2 Reportagem — textos mais longos, geralmente com mais fontes e com caráter analítico voltado ao aprofundamento da discussão;
 - 1.3 Opinião — editoriais ou textos assinados por convidados/especialistas, de caráter argumentativo;
 - 1.4 Entrevista — textos que apresentam perguntas e respostas, geralmente com especialistas ou figuras públicas;
 - 1.5 Outros — textos que não se encaixam nas categorias anteriores, incluindo resenhas de livros e notas breves.
2. Seção (ou caderno de publicação do texto), incluindo: Política, Economia, Internacional, Cidades, Cultura, Esportes, Educação, Tecnologia, Saúde e Outros.
3. Gancho da notícia — foram identificados os principais pretextos para a publicação de notícias sobre inteligência artificial. Essa categorização ajuda a entender o

1 A lusofonia é a comunidade cultural e linguística formada pelos países e regiões onde o português é a língua oficial, abrangendo Portugal, Brasil, Angola, Moçambique, Cabo Verde, Guiné-Bissau, São Tomé e Príncipe, Timor-Leste e Guiné Equatorial, bem como comunidades significativas em Macau (China), Goa (Índia) e em outros países com grandes comunidades de imigrantes lusófonos.

contexto em que as notícias sobre IA são divulgadas e pode ser utilizada para analisar a cobertura midiática de maneira mais estruturada.

A classificação inclui as seguintes categorias:

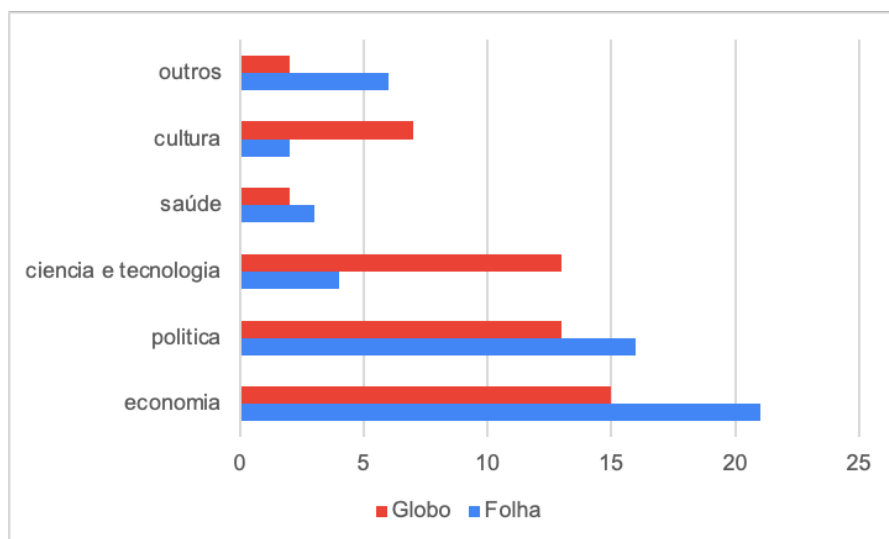
- 3.1. Mercado — o pretexto para a publicação é um anúncio de mercado: resultados de empresas, lançamentos de produtos, resenhas de serviços, eventos corporativos etc.;
 - 3.2. Academia — o pretexto é uma questão acadêmica, como publicações científicas, entrevistas com pesquisadores e eventos científicos;
 - 3.3. Governo — ações governamentais, discussões no Parlamento, leis e políticas públicas; 3.4. Sociedade Civil — textos relacionados a comportamentos, focados em personagens ou ações da sociedade organizada, como protestos, petições ou ações de ONGs;
 - 3.5. Outros — textos sem um pretexto claro.
4. Fonte — quantidade e origem das fontes citadas no texto, variando de zero a cinco. A tipologia das fontes segue os mesmos princípios da variável "gancho da notícia", com a adição da categoria "fonte secundária", caso em que o autor do texto reproduz citações divulgadas em outros meios de comunicação.
 5. Tema — assunto principal do conteúdo. Após sucessivas filtragens e agrupamentos, realizados conforme o corpus estabelecido, foram definidos os seguintes núcleos temáticos: Ciência, Cultura, Economia, Educação, Política, Saúde, Tecnologia e Outros.
 6. Subtema — categoria que aprofunda e específica o tema do texto, permitindo maior detalhamento analítico (como mercado de trabalho, games, regulação, etc.).
 7. Valor — indica se, no contexto de cada unidade informativa, a abordagem em relação à IA é classificada como positiva, negativa ou neutra, em função do tema discutido.

4. Resultados

Após o levantamento e análise dos 104 textos, foi possível obter resultados mais precisos que permitem traçar um panorama geral de como a IA tem sido abordada na mídia do Brasil. O primeiro ponto a se destacar é a grande presença de textos informativos. As notícias e reportagens representam 62,5% das publicações totais, enquanto o gênero opinativo soma pouco mais de um terço.

Dois temas aparecem de forma predominante na amostra, associados à IA: economia e política. Do total geral, incluindo tanto O *Globo* quanto *Folha de S. Paulo*, 65 textos (mais da metade da amostra) tratam desses assuntos. Na sequência, aparecem os temas Ciência e Tecnologia e Cultura, conforme sintetizado na Figura 1, a seguir.

Figura 1 - Temas dos textos



Fonte: Pesquisa dos autores

Assuntos como crescimento dos lucros nas empresas, os investimentos no setor, reposicionamento das empresas, o impacto no mercado de trabalho e as novas profissões decorrentes do avanço da IA ocuparam a maior parte do direcionamento dos textos, estando presentes nas chamadas e nos títulos do *corpus* analisado.

Especificamente sobre economia e política, foram 17 os textos classificados como de opinião e 38 com características do gênero informativo noticioso. Neste período, o jornal O *Globo* produziu a maior quantidade de notícias (17), enquanto a *Folha de S. Paulo* publicou quatro vezes mais reportagens (12), sugerindo uma disposição para aprofundar o debate – ou, ao menos, produzir um jornalismo mais interpretativo.

Em relação à classificação de subtemas, ou seja, aos assuntos específicos dos textos analisados, “produto” (para lançamento de produtos ou serviços, como smartphones ou softwares), “regulação” e “tecnologia” aparecem com maior frequência nas publicações. Se, por um lado, o subtema “regulação” aparece com certa frequência, “ambiente” e “clima” estão presentes em apenas 2 dos 104 textos da amostra. Os dois assuntos têm sido amplamente debatidos na mídia brasileira de maneira geral, o primeiro pela relevância dos debates sobre a responsabilização das redes sociais

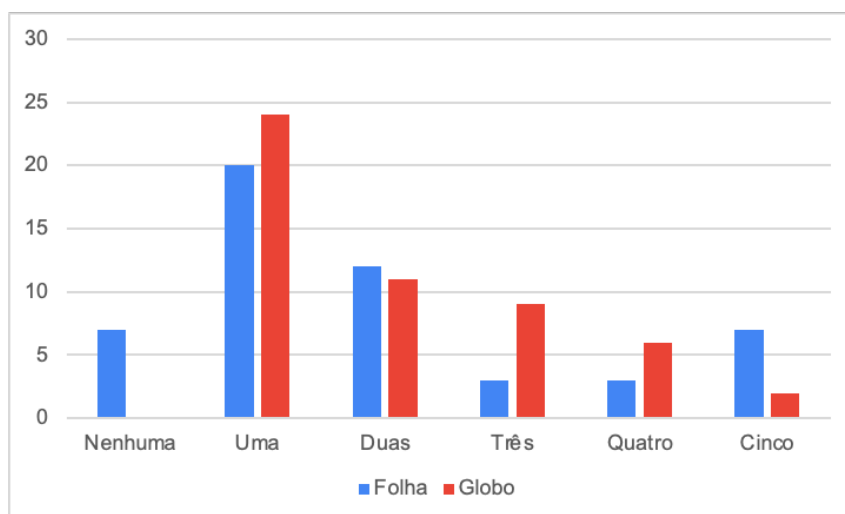
em episódios de difamação e desinformação (fake news), em especial associados a eleições, o segundo, por questões climáticas que vêm atingindo o mundo inteiro e que recentemente produziram uma tragédia no estado brasileiro do Rio Grande do Sul, devastado por enchentes de larga escala.

Outros subtemas percebidos nas publicações com grande incidência foram "crimes digitais e Segurança", "Davos" — em janeiro, mês do levantamento, ocorreu o Fórum Econômico Mundial de Davos —, "eleições", "legislação", "negócios", "mercado de trabalho", "sociedade", "literatura", "games e redes sociais", "urbanismo", "educação", "entretenimento" e "dublagem".

Quando expandimos a análise para todas as seções/cadernos, a diferença na tipologia dos textos evidencia os perfis editoriais dos veículos neste cenário. Enquanto O *Globo* apresenta maior quantidade de entrevistas, notícias e textos de opinião, a *Folha de S. Paulo* publicou mais reportagens (23). Dentre as reportagens da *Folha*, o gancho mais comum foi o de mercado, ou seja, acontecimentos no âmbito empresarial.

É interessante ressaltar que, dentre as 104 publicações analisadas, 7 não apresentam nenhuma fonte explicitamente citada. A distribuição das fontes está presente na Figura 2.

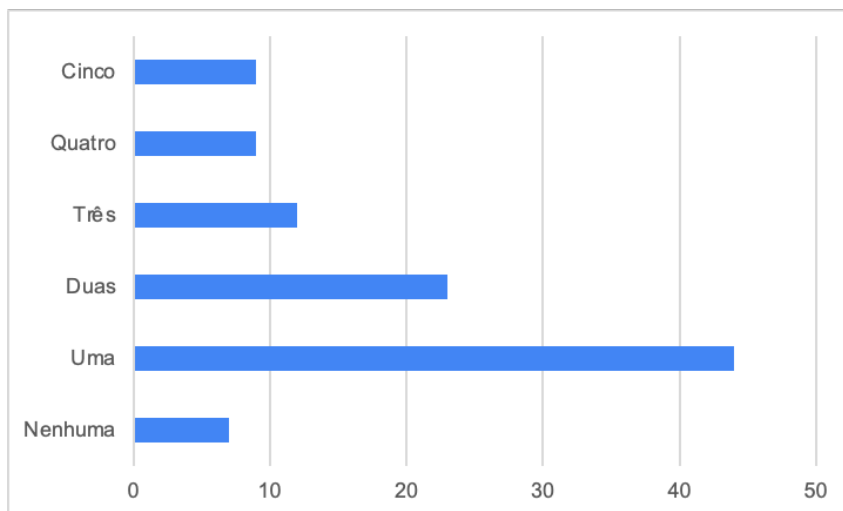
Figura 2 - Quantidade de fontes



Fonte: Pesquisa dos autores

O quadro geral, em relação ao número de fontes por texto, ficou conforme demonstrado na Figura 3.

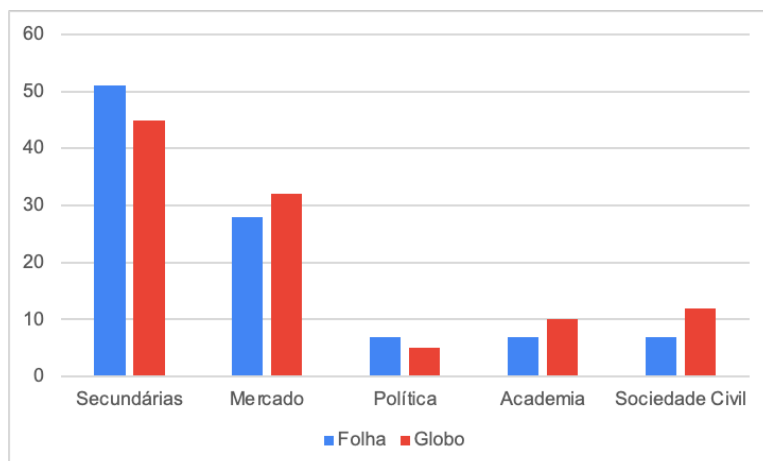
Figura 3 - Quantidade de fontes



Fonte: Pesquisa dos autores

Outro ponto importante do estudo foi a classificação das fontes. Nesse quesito, foi possível observar a forte presença de fontes secundárias —ou seja, citações de outros veículos de informação —como principais fontes nos textos, seguidas por profissionais do mercado. Fontes acadêmicas, políticas e da sociedade civil aparecem em menor quantidade, conforme revela a Figura 4, a seguir.

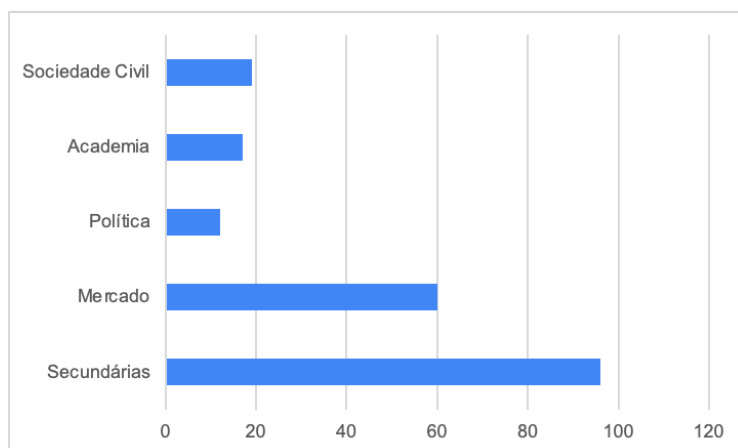
Figura 4 - Perfil das fontes



Fonte: Pesquisa dos autores

Quando considerada a amostra total, com ambos os jornais agrupados, o resultado foi conforme a Figura 5 aponta.

Figura 5 - Perfil das fontes



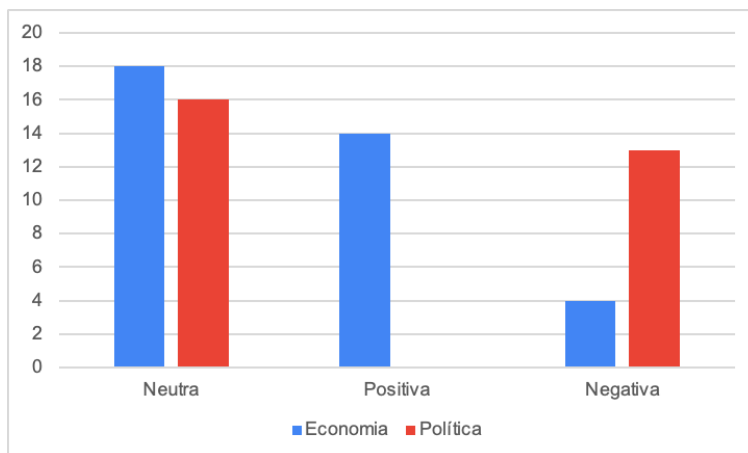
Fonte: Pesquisa dos autores

Em resumo, as figuras 2 a 4 indicam a predominância, na amostra, de textos com poucas fontes (uma ou duas), sendo que o perfil predominante das fontes é secundário, sem envolver, portanto, um contato direto entre repórter e especialista ou personagem, ou, ainda, de mercado — empresas e analistas.

O estudo buscou, ainda, entender a valoração atribuída à inteligência artificial nos textos, considerando o contexto de cada matéria e tema. A partir de uma análise discursiva, que examinou a inserção da expressão IA em cada unidade do *corpus*, observou-se que, em 53% dos casos (metade da amostra), a abordagem em relação à IA foi neutra, enquanto em 25% foi positiva e em 22%, negativa. Contudo, o resultado mais relevante nesse aspecto diz respeito ao cruzamento entre a valoração dos textos e o tema abordado. Entre os dois temas que lideram a análise — Economia e Política — observa-se uma clara distinção de abordagens. Enquanto, em Economia, a cobertura é majoritariamente positiva, com a IA sendo associada a ideias como solução, eficiência, ganho e oportunidade, em política a cobertura é predominantemente negativa, mobilizando campos semânticos associados a riscos, ameaças, desinformação (fake news), manipulação, desregulação e descontrole — padrão que se manteve estável em ambos os jornais analisados.

A figura 6 mostra que não houve incidência de textos de Política com valoração positiva da IA e que a incidência de textos de Economia (4 artigos) no polo negativo foi significativamente menor do que a incidência negativa nos textos de Política (13 artigos).

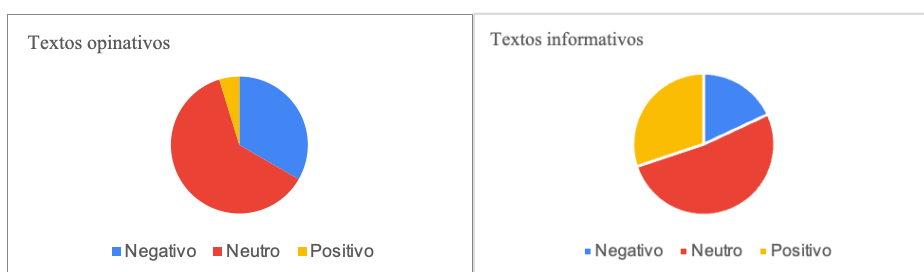
Figura 6 - Valoração da IA nos textos sobre Economia e Política



Fonte: Pesquisa dos autores

Por fim, também foram realizados cruzamentos entre a valoração dos textos, os gêneros informativo e opinativo e os jornais. Nesse sentido, identificou-se uma diferença significativa de valoração em função do gênero textual. Embora ambos os gêneros — opinativo e informativo — apresentem, em sua maioria, textos equilibrados, observa-se uma propensão de que os textos de opinião sejam mais enviesados para a crítica à IA — e raramente para o relógio dessa tecnologia —, enquanto o noticiário tende a um viés mais positivo, como demonstra a Figura 7.

Figura 7 - Valoração da IA por gênero textual



Fonte: Pesquisa dos autores

Quanto ao recorte por publicação, na *Folha de S. Paulo* os textos opinativos são majoritariamente negativos (60%) em relação à IA, não havendo registros de textos positivos. Em contraste, os textos informativos apresentam uma abordagem mais equilibrada, com 43% de textos positivos e 33% negativos. Isso sugere que os artigos de opinião tendem a ser mais críticos, enquanto os informativos adotam uma postura mais neutra ou positiva.

Em *O Globo*, a tendência é de maior moderação nos textos opinativos, com 82% de textos neutros e um empate entre positivos e negativos, com 9% para cada. Nos textos informativos, a maioria também é neutra (80%), com uma menor incidência de textos negativos (3%). Isso indica uma postura mais cautelosa e equilibrada em relação à IA.

A predominância de textos neutros e positivos nos artigos informativos pode indicar uma abordagem mais factual e menos crítica, com foco em aspectos práticos e nos avanços tecnológicos da IA. Em contraste, os textos opinativos refletem preocupações e críticas mais aprofundadas sobre as implicações da IA.

5. Discussão

A análise apresentada revela *insights* relevantes sobre a cobertura da inteligência artificial (IA) na grande mídia brasileira, refletindo tendências, vieses e lacunas que influenciam a percepção pública sobre essa tecnologia emergente. A discussão aqui se concentra em três aspectos principais: a natureza da cobertura jornalística, os temas predominantes e a valoração atribuída à IA nas matérias analisadas.

A predominância de textos informativos (80% da amostra) indica que os veículos de comunicação priorizam a divulgação de notícias e reportagens sobre a IA, enquanto os textos opinativos representam cerca de um quinto das publicações. Esse padrão é consistente com o papel tradicional da mídia de informar o público sobre desenvolvimentos recentes e inovações tecnológicas. No entanto, a análise também revela uma carência de profundidade e diversidade nas fontes utilizadas, com uma forte dependência de fontes secundárias e profissionais de mercado. Essa prática pode limitar a compreensão pública dos aspectos mais complexos e éticos da IA, pois as matérias tendem a refletir uma visão mais técnica e comercial do tema, em detrimento de perspectivas acadêmicas e sociais mais abrangentes (Canavilhas & Essenfelder, 2021).

Os temas de Economia e Política dominam fortemente a cobertura da IA na amostra analisada, com mais da metade dos textos do corpus focando nesses assuntos. Essa tendência sugere que a mídia brasileira vê a IA principalmente por meio de lentes econômicas e políticas, destacando seu impacto no mercado de trabalho, nos investimentos, na regulação e nas políticas públicas. Tal enfoque é corroborado por Chui e Malhotra (2018), que observam que a IA está cada vez mais inserida em discussões sobre eficiência econômica e inovação empresarial.

Como aponta Brennen (2018), a IA levanta questões éticas significativas, incluindo a transparência algorítmica e os vieses embutidos nos dados de treinamento. A preocupação com a falta de regulação adequada e com o potencial uso indevido da tecnologia constitui um tema recorrente, que exige uma atenção contínua por parte

de legisladores e reguladores. Para mitigar esses riscos, é crucial estabelecer diretrizes claras e responsáveis para o desenvolvimento e a implementação de tecnologias de IA.

Dentro dos temas presentes no corpus, subtemas como "produto", "regulação" e "tecnologia" são os mais frequentes, refletindo um interesse crescente em como a IA está sendo implementada em novos produtos e serviços e nas implicações regulatórias dessa adoção. No entanto, subtemas críticos como "ambiente" e "clima" são notavelmente sub-representados, aparecendo em apenas dois textos. Essa lacuna é significativa, dado o impacto potencial da IA em questões ambientais, seja através da otimização de recursos ou do desenvolvimento de tecnologias sustentáveis (Souza, 2021).

Já a valoração atribuída à IA nos textos analisados é predominantemente neutra (55%), com uma cobertura positiva em 25% dos casos e negativa em 22%. Essa distribuição revela um equilíbrio geral na abordagem, mas oculta variações significativas entre diferentes temas e gêneros textuais. Por exemplo, os textos sobre Economia tendem a ser mais positivos, associando a IA a conceitos de progresso e oportunidade. Em contraste, os textos sobre Política são majoritariamente negativos, frequentemente vinculando a IA a riscos de desinformação, manipulação e desafios regulatórios. Esse padrão reflete uma divisão narrativa na qual a IA é vista como benéfica em contextos econômicos, mas problemática em contextos políticos.

6. Considerações Finais

Os resultados deste estudo apontam para várias implicações importantes para a cobertura da IA na mídia brasileira. Primeiro, a tendência de utilizar poucas e recorrentes fontes (na maior parte secundárias) limita a pluralidade de vozes e perspectivas sobre a IA. Para promover uma cobertura mais equilibrada e informativa, os veículos de comunicação devem ampliar a diversidade de suas fontes, incluindo mais especialistas acadêmicos, representantes da sociedade civil e atores políticos. Isso contribuiria para oferecer uma visão mais holística e crítica da IA, abordando tanto suas oportunidades quanto seus riscos.

Segundo, a sub-representação de temas como "ambiente" e "clima", além de debates sociais sobre desigualdade, racismo e misoginia algorítmica, sugere a necessidade de uma abordagem mais abrangente. A IA tem um papel potencialmente transformador em questões socioambientais, e a mídia deve explorar essas conexões para informar o público sobre os benefícios e desafios dessa interseção. Estudos futuros podem investigar mais profundamente como a IA está sendo aplicada em iniciativas socioambientais concretas e como isso está sendo reportado na mídia.

Terceiro, a diferença na valoração da IA entre textos de Economia e Política destaca a importância de contextualizar a tecnologia em diferentes cenários. A mídia deve ser cautelosa ao evitar uma narrativa simplista que apresente a IA como uma inovação positiva ou negativa. Em vez disso, deve buscar uma cobertura que reconheça a complexidade e as múltiplas dimensões da IA, promovendo um debate público mais qualificado informado.

A análise também revelou uma lacuna significativa na cobertura midiática da IA no contexto da saúde. Ao contrário do estudo de Canavilhas & Essenfelder (2021) sobre a mídia portuguesa, que identificou uma concentração importante de notícias de IA na área da saúde, com um viés predominantemente positivo, o cenário brasileiro é marcadamente diferente. A associação entre IA e saúde apareceu de forma limitada na amostra brasileira, sugerindo que este é um campo ainda subexplorado pela mídia nacional. Estudos futuros podem ampliar o corpus de análise e investigar se esse padrão se mantém ou se há uma mudança na percepção e cobertura da IA no setor de saúde ao longo do tempo.

De modo geral, acreditamos que este breve estudo contribui para a compreensão de como a IA é representada na grande mídia brasileira, destacando a necessidade de uma cobertura mais diversificada e equilibrada, com maior pluralidade de fontes. A mídia desempenha um papel crucial na formação da opinião pública e na promoção de um debate informado sobre tecnologias emergentes. Garantir que a cobertura da IA seja abrangente, crítica e baseada em uma ampla gama de fontes é essencial para que a sociedade possa tomar decisões informadas sobre seu desenvolvimento e implementação. Como argumentam Brynjolfsson & McAfee (2014), as decisões que tomamos hoje em relação à IA terão um impacto duradouro no futuro da humanidade. Portanto, uma cobertura midiática responsável e informativa é crucial para promover uma adoção ética e benéfica da IA.

Referências

- Adami, M. (2023). Is ChatGPT a threat or an opportunity for journalism? Five AI experts weigh in. Reuters Institute, 23.
- Ananny, M., & Crawford, K. (2016). Seeing without knowing: Limitations of the transparency ideal and its application to algorithmic accountability. *New Media & Society*, 20(3), 973-989. <https://doi.org/10.1177/1461444816676645> (Original work published 2018)
- Binns, R., Van Kleek, M., Veale, M., Lyngs, U., Zhao, J., & Shadbolt, N. (2018). 'It's reducing a human being to a percentage': Perceptions of justice in algorithmic decisions. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (Paper 377, pp. 1-14). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173951>

- Boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical Questions for Big Data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662–679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Brennen, J. (2018). An industry-led debate: How UK media cover artificial intelligence. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. Norton & Company.
- Canavilhas, J., & Essenfelder, R. (2021). Apocalypse or redemption: how the Portuguese media cover Artificial Intelligence. In *Total Journalism: Models, Techniques and Challenges*. Springer.
- Chui, M., & Malhotra, S. (2018). AI adoption advances but foundational barriers remain. McKinsey & Company.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Essenfelder, R., Araújo, D. L. de, & César, T. C. (2023). Da forma ética à ação ética: Riscos na adoção da inteligência artificial em sala de aula. In L. F. Lopes & A. L. M. Cavazzani (Orgs.), *Educação e tecnologias: Formação docente, inteligência artificial e humanismo em tempos de desafios* (pp. 113–130). Editora Bagai. <https://doi.org/10.37008/978-65-5368-316-7.07.12.23.6>
- Ferreira, D., Kerr Pinheiro, M. & Marques, R. (2021). Privacidade e proteção de dados pessoais: perspectiva histórica. *InCID: R. Ci. Inf. e Doc.*, Ribeirão Preto, v. 12, n.2, p.151-172, set. 2021./ fev. 2022. DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v12i2p151-172
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford: Oxford University Press.
- Floridi, L. What the Near Future of Artificial Intelligence Could Be. *Philos. Technol.* 32, 1–15 (2019). <https://doi.org/10.1007/s13347-019-00345-y>
- Havenstein, H. (2005). Spring comes to AI winter. *Computer World*.
- Hosch, W. L. (2020). Machine Learning. In *Encyclopædia Britannica*.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Crown Publishing Group.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2014). Actors, Actants, Audiences, and Activities in Cross-Media News Work: A matrix and a research agenda. *Digital Journalism*, 3(1), 19–37. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927986>
- Vold, K. V., Martínez-Plumed, F., Sheng Loe, B., Flach, P., Ó hÉigearthaigh, S., & Hernández-Orallo, J. (2018). The Facets of Artificial Intelligence: A Framework to Track the Evolution of AI. *International Joint Conferences on Artificial Intelligence Organization*.
- Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2), 1–21. <https://doi.org/10.1177/2053951716679679>
- Obozintsev, L. (2018). *From Skynet to Siri: an exploration of the nature and effects of media coverage of artificial intelligence*. Doctoral dissertation, University of Delaware.

- Index AI. (2019). Stanford Institute for Human-Centered AI. <https://hai.stanford.edu/ai-index/2019-ai-index-report>
- Petrescu, M. & Krishen, A. (2023). Hybrid intelligence: human–AI collaboration in marketing analytics. *Journal of Marketing Analytics* (2023) 11:263–274
- Pincer C., Ranieri P. (2011). Novos dispositivos e agenda-setting: uma análise dos processos jornalísticos subjetivos no Twitter. IX Congresso Lusocom. São Paulo.
- Porlezza, C., & Schapals, A. K. (2024). AI Ethics in Journalism (Studies): An Evolving Field Between Research and Practice. *Emerging Media*, 2(3), 356-370. <https://doi.org/10.1177/27523543241288818>
- Prodanov, C.C., & Freitas, E.C. (2013). Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Editora Feevale.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2016). Artificial intelligence: a modern approach. Pearson Education Limited.
- Saad, E. & Santos, M. C. (2023) Jornalismo, inteligência artificial e desinformação: avaliação preliminar do potencial de utilização de ferramentas de geração de linguagem natural, a partir do modelo GPT, para difusão de notícias falsas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Ediciones Complutense. ISSN-e: 1988-2696 <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.87965>
- Santaella, L. & Kaufman, D. (2024). A inteligência artificial generativa como quarta ferida narcísica do humano. *Revista Matrizes*: V.18 - Nº 1 jan./abr. São Paulo - Brasil p. 37-53. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v18i1p37-53>.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of News*. New York.
- Souza, J. (2021). Inteligência artificial, algoritmos preditivos e o avanço do colonialismo de dados na saúde pública brasileira. In: *Colonialismo de Dados*. Cassino J.F., Souza J. & Silveira S. A. (orgs). Autonomia Literária: São Paulo.
- Stone, P, Brooks, R., Brynjolfsson, E., Calo, R., Etzioni, O., Hager, G., ... & Teller, A. (2022). Artificial intelligence and life in 2030: the one hundred year study on artificial intelligence. *arXiv preprint arXiv:2211.06318*.
- Taddeo, M., & Floridi, L. (2018). How AI can be a force for good. *Science*, 361(6406), 751–752. <https://doi.org/10.1126/science.aat5991>