

GATEKEEPER RELOAD:

a expansão da pauta em tempos de inteligência artificial, desenvolvimento aplicado e modelo de reconfiguração conceitual



FABIANA PICCININ¹

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – Santa Catarina – Brasil

ORCID: 0000-0003-4792-5716

RITA PAULINO²

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – Santa Catarina – Brasil

ORCID: 0000-0002-3020-7091

MÁRCIO CARNEIRO DOS SANTOS³

Universidade Federal do Maranhão, São Luís – Maranhão – Brasil

ORCID: 0000-0002-0663-1300

DOI: 10.25200/BJR.v21n3.2025.1803

Recebido em: 15/01/2025

Desk review: 27/04/2025

Editor de desk review: Marcos Paulo da Silva

Revisado em: 27/11/2025

Revisado em: 08/01/2026

Revisado em: 20/01/2025

Aprovado em: 20/01/2025

How to cite this article: Piccinin, F., Paulino, R., & Santos, M. C. (2025). GATEKEEPER RELOAD: the expansion of news planning in the age of artificial intelligence, applied development, and conceptual reconfiguration model. *Brazilian Journalism Research*, 21(3), e1803. DOI: 10.25200/BJR.v21n3.2025.1803

1 Universidade Federal de Santa Catarina – Brasil. Email: fabianaquattrinpiccinin@gmail.com

2 Universidade Federal de Santa Catarina – Brasil. E-mail: rcpauli@gmail.com

3 Universidade Federal do Maranhão – Brasil. E-mail: marcio.carneiro@ufma.br

RESUMO – A inteligência artificial vem reconfigurando o jornalismo e conceitos associados às teorias do gatekeeping e dos critérios de noticiabilidade. O artigo reflete sobre as mudanças na etapa inicial da produção jornalística – concepção e roteirização da pauta – mediante a colaboração humano-máquina advinda do uso de assistentes virtuais no planejamento editorial. A partir da pesquisa aplicada, com base nas instanciações da Design Science Research Methodology (DSRM), na concretização de um artefato que conecta a teoria às práticas emergentes, o artigo apresenta uma experiência com um modelo de assistente virtual, mostrando seus níveis de controle e interferência e seu impacto na seleção de pautas e planejamento jornalístico. Os resultados indicam possibilidades de eficiência e inovação, mas também implicações éticas e operacionais na autonomia editorial.

Palavras-chave: Inteligência Artificial. Gatekeeping. Noticiabilidade. Pauta Jornalística. Automação.

GATEKEEPER RELOAD: the expansion of news planning in the age of artificial intelligence, applied development, and conceptual reconfiguration model

ABSTRACT – Artificial intelligence has been reshaping journalism and concepts associated with gatekeeping theories and newsworthiness criteria. This article reflects on changes in the initial stage of journalistic production – the conception and scripting of stories – through human-machine collaboration resulting from the use of virtual assistants in editorial planning. Based on applied research, using Design Science Research Methodology (DSRM) instantiations in the creation of an artifact that connects theory to emerging practices, it presents an experiment with a virtual assistant model, showing its levels of control and interference and its impact on journalistic selection and planning. The results indicate possibilities for efficiency and innovation and ethical and operational implications for editorial autonomy.

Key words: Artificial Intelligence. Gatekeeping. Newsworthiness. News Planning. Automation.

GATEKEEPER RELOAD: la expansión de la planificación de noticias en la era de la inteligencia artificial, desarrollo aplicado y modelo de reconfiguración conceptual

RESUMEN – La inteligencia artificial está reconfigurando el periodismo y los conceptos asociados a las teorías del gatekeeping y los criterios de noticiabilidad. El artículo reflexiona sobre los cambios en la etapa inicial de la producción periodística – concepción y guionización de la agenda – mediante la colaboración entre humanos y máquinas derivada del uso de asistentes virtuales en la planificación editorial. A partir de la investigación aplicada, basada en las Instancias de la Metodología de Investigación en Ciencia del Diseño (DSRM) en la realización de un artefacto, que conecta la teoría con las prácticas emergentes, se presenta una experiencia con un modelo de asistente virtual, mostrando sus niveles de control e interferencia y el impacto en la selección y planificación periodística. Los resultados indican posibilidades de eficiencia e innovación, así como implicaciones éticas y operativas en la autonomía editorial.

Palabras clave: Inteligencia Artificial. Gatekeeping. Noticiabilidad. Planificación Periodística. Automatización.

1 Do editor à máquina de editar

A evolução tecnológica tem provocado reconfigurações e transformações profundas nas práticas sociais, culturais e profissionais que organizam os discursos contemporâneos, alcançando e impactando, por consequência, o jornalismo e sua performance como mediador da realidade. Assim, ao buscar historicamente explicar o funcionamento do campo e suas formas de regulação, as teorias do jornalismo apresentam os desafios que essas mudanças trazem aos conceitos tradicionais a partir da alteração das dinâmicas de produção, distribuição e consumo de notícias. Nesse sentido, propõe-se explorar, neste artigo, como esses fundamentos teóricos do jornalismo estão sendo reconfigurados em face da digitalização, da integração de inteligência artificial (IA) (Saad & Santos, 2023; Santos, 2023) e da emergência de novos atores e conceitos que desafiam as abordagens clássicas, fazendo um recorte focado na etapa inicial do processo de produção da notícia, ou seja, no planejamento da cobertura, desde sua concepção a partir da pauta.

Para tanto, é preciso considerar que o trabalho de adequar editorialmente o mundo ao jornal traduz o que mais precisamente pode caracterizar a essência da prática jornalística. Como diz Zelizer (2000), a identidade profissional do jornalista se constitui do reconhecimento de sua perícia em julgar e escolher o que as pessoas precisam ou não saber. As notícias são, portanto, resultado da competência do editor em selecionar os acontecimentos, a partir de um determinado posicionamento editorial do periódico no sentido de decidir o que publicar e como publicar, ao considerar, para tanto, o jornalismo em sua função social de intérprete das realidades (Marcondes Filho, 2000).

A prática jornalística, que se institucionaliza graças à inspiração iluminista de trazer a público as verdades, assume, desde então, a incumbência de pautar o debate a partir das notícias, conferindo ao jornalista esse lugar de *watchdog*, o cão de guarda e fiscalizador das irregularidades que atentam contra a sociedade civil e que são denunciadas no âmbito da esfera pública habermasiana (Habermas, 2003). Dessa forma, a edição de um jornal resulta de um complexo conjunto de operações voltadas a adequar e formatar fatos e informações relevantes e novos que reúnam as características próprias do que se compreende conceitualmente como notícia, desde a conjugação, como pontuam Marocco e Berger (2006, p. 17), do “...

gesto individual, as estratégias empresariais e as práticas jornalísticas a condições históricas de possibilidades”.

Jornalistas/editores são descritos pela teoria como *gatekeepers* (White, 1993) que se apoiam em critérios de noticiabilidade (Wolf, 2001) a fim de fazer a seleção das informações e dados que podem e/ou devem ser transformados em notícia. Orientam sua conduta na cobertura jornalística com base nesses critérios que buscam sistematizar o trabalho, especialmente, diante da abundância da oferta informativa, em razão da necessidade de sua seleção objetiva (Tuchman, 1999). Da teoria do *gatekeeping*, que explica a ação editorial desde a perspectiva pessoal, a descrição da conduta editorial do jornal avançou para o modelo teórico do *newsmaking*, buscando explicar as escolhas sobre o que e como publicar a partir da incorporação dos condicionantes da organização midiática (Breed, 1955). Os critérios de noticiabilidade disso decorrentes, portanto, foram sendo considerados tomando o valor-notícia em sua articulação às rotinas produtivas, resultantes dos limites e possibilidades da cobertura jornalística da empresa.

Uma vez derivados dessa sistematização, os valores-notícia, portanto, passaram a ser contextualizados no conjunto dos procedimentos produtivos (Paul & Berkowitz, 2014) para fins de adquirirem significado, como diz Wolf (2001). Desempenham a função de elementos dados como certos, conduzindo o contexto prático-operativo a uma configuração em três grandes momentos: 1) o primeiro deles, relativo à coleta de informação, 2) o segundo, à seleção e tratamento editorial dos conteúdos e 3) o terceiro, à publicação. Embora exista uma articulação intrínseca, especialmente entre o primeiro e o segundo estágios do tratamento da informação na rotina da redação, neste artigo, pretende-se evidenciar o trabalho desenvolvido no primeiro momento, em que a definição da cobertura inicia e se delinea, e que diz respeito à eleição e roteirização dos temas a integrar a edição, bem como ao planejamento de atividades necessárias para dar conta da cobertura e à definição de todo o trabalho jornalístico a ser executado.

Busca-se observar, assim, o momento de construção da pauta, este documento que organiza o trabalho dos jornalistas ao sistematizar o assunto eleito, indicando o direcionamento da produção de notícias, definindo temas, o ângulo da abordagem, as fontes a serem consultadas, as informações textuais e imagéticas a serem utilizadas e o formato a ser dado à reportagem. Cabe ao pauteiro/produtor, portanto, o cumprimento das demandas exigidas

pela pauta: fazer a triagem dos assuntos, elencar prioridade às informações a partir de critérios de noticiabilidade que estejam associados à relevância do assunto e seu potencial de interesse público, e indicar a perspectiva a partir da qual este será tratado.

Como esse planejamento estabelece relação direta com o posicionamento do veículo, a identidade editorial e o público para o qual se pretende direcionado, sua construção, conforme apresenta Wolf (2001), resulta de contextos que acabam por produzir especificidades a este trabalho, com influências individuais, bem como das práticas próprias da organização do trabalho na redação e até das rotinas operacionais associadas ao tipo de publicação, às tecnologias e aos recursos humanos disponíveis. Neste caso, considera-se a emergência de um tempo cuja particularidade está relacionada à integração, na redação contemporânea, das práticas e rotinas operacionais caracterizadas por algum nível de automatização na produção das notícias. Como pontua Canavilhas (2023), a IA vem sendo adotada tanto em razão das facilidades que seus recursos podem oferecer quanto pela significativa racionalidade econômica que suas operações podem gerar.

Nesse sentido, discute-se pontualmente a etapa inicial do trabalho jornalístico, relacionada à construção da pauta em tempos de redação convergente, digital e multiplataforma, mediante a integração de tecnologias de produção automatizada de notícias e suas implicações (Silva & Piccinin 2024). Problematisa-se, nesse sentido, como se apresenta esse processo de elaboração do documento condutor da edição, da definição da angulação até o momento da publicação, quando combina a ação humana com o apoio da inteligência artificial generativa, submetida que está, por sua vez, às recomendações do algoritmo¹ nos termos do jornalismo plataformizado (Van Dijck et al., 2018).

Do ponto de vista metodológico, a fim de dar sustentação a processos alinhados à digitalização, às plataformas e aos ambientes tecnológicos, esta pesquisa recorre aos princípios e fundamentos da Design Science Research Methodology (DSRM).

2 A era digital e a reconfiguração conceitual

O jornalismo, como atividade mediadora do real, sempre foi descrito teoricamente a partir de conceitos-chave que orientam sua prática e pesquisa, evidenciando os processos de seleção e escolha do que publicar e como publicar desde teorias como as de

gatekeeping (White, 1993) e de *newsworthiness* (Wolf, 2001), cujo enquadramento ajudou a sistematizar o entendimento do processo de produção noticiosa. Esses conceitos, formulados em contextos históricos marcados por dinâmicas industriais e sociais próprias da perspectiva moderna, linear e axiomática, refletem um modelo de comunicação unidirecional, baseado em estruturas hierárquicas e no papel central do jornalista como mediador da realidade.

A teoria do *gatekeeping*, por exemplo, foi um marco na compreensão do papel dos jornalistas na seleção de informações desde uma perspectiva de interpretação pessoal desse trabalho. Desenvolvida a partir dos estudos de Kurt Lewin e posteriormente adaptada por David M. White (1993) para o contexto jornalístico, essa abordagem focava nas forças que influenciavam as escolhas dos profissionais ao decidir o que deveria ou não ser publicado, dispensando ao editor a decisão final do processo editorial. Já a teoria da noticiabilidade trouxe à tona os critérios que determinam o valor-notícia, como proximidade, relevância e impacto, sistematizando o que era considerado digno de atenção midiática, incorporando ao julgamento e seleção das notícias também o impacto produzido pelas práticas editoriais advindas da socialização do trabalho na redação. Os critérios de noticiabilidade assim, compreendiam os valores-notícia das informações, consorciados com as limitações organizacionais geradas pelas rotinas produtivas (Wolf, 2001), por sua vez associadas a variáveis como a disponibilidade de recursos humanos, o cumprimento de deadlines rígidos e inflexíveis e as fontes potenciais.

A digitalização da informação e os processos convergentes próprios do ecossistema da web introduziram elementos que desafiam essas premissas. A conformação do ecossistema midiático convergente e digital impôs formas de pensar e construir a pauta relacionadas sobretudo à velocidade da informação e à própria redistribuição das funções na redação (Salaverría & Áviles, 2008), demandando a inclusão de temas emergentes nas redes e plataformas da internet, bem como a verificação de informações em tempo real (Bertocchi, 2016) decorrente do fim do deadline fixo e convencional. Além disso, promoveu o planejamento da produção de conteúdo multimídia e da curadoria dos conteúdos enviados pelos próprios usuários a partir da interatividade. A prática jornalística deixou de ser exclusividade de profissionais e passou a ser exercida por cidadãos comuns, em um movimento que desloca o papel tradicional dos

jornalistas e questiona o monopólio da instituição jornalística sobre a informação.

O impacto disso sobre os estudos do jornalismo se traduz em novos cenários que demandam revisões conceituais, como a horizontalidade das redes digitais, que reduz a centralidade dos jornalistas como *gatekeepers*. Agora, plataformas tecnológicas desempenham esse papel ao filtrarem e distribuírem conteúdo com base em algoritmos¹ (Wallace, 2017). Essa “mediação algorítmica” traz implicações importantes não apenas sobre quem controla o fluxo de informações, mas também sobre os valores-notícia e as rotinas produtivas que orientam essas escolhas, em termos do que vinha sendo pensado pela teoria do *newsmaking*. Também a teoria do *gatewatching* (Bruns, 2011), proposta como contraponto ao *gatekeeping*, tem procurado refletir essa mudança ao considerar os conteúdos oriundos das audiências e que passam a ser integrados ao processo de seleção do que publicar e como publicar, dispensando aos jornalistas um lugar de editores/curadores da informação. Ou seja, ao invés de bloquear ou selecionar o que chega ao e do público, as plataformas tecnológicas funcionam como observadores que amplificam e redistribuem conteúdo produzido por diversos agentes, incluindo o próprio usuário.

Nesse sentido, os critérios tradicionais de noticiabilidade, fundamentados em pressupostos normativos, passam a ser questionados por uma lógica digital e convergente, voltada ao engajamento, em que o que importa é a capacidade de retenção do usuário e de sua interação junto às plataformas. Além disso, o jornalismo plataformizado (Van Dijck et al., 2018) – no qual empresas como Google e Meta desempenham um papel central na distribuição e no consumo de notícias – introduz dinâmicas que redefinem a relação entre produtores e consumidores de informação. Deve-se considerar que esses movimentos derivam especialmente da preocupação que a mídia passa a ter em conectar-se mais precisamente aos públicos, contemporaneamente, em razão da proliferação de narrativas na web e da busca pelo engajamento que o sistema plataformizado introduziu nas operações jornalísticas. A plataformização, ao permitir interações entre as publicações e os usuários finais (Poell et al., 2020), evidencia práticas e rotinas associadas à coleta e organização sistemática dos dados para processamento algorítmico, monetização e circulação, de modo que os conteúdos passam a ser conformados, portanto, em função da conquista do interesse dos públicos, buscando sobretudo

antecipar seus gostos e preferências a fim de mantê-los no tráfego (Pariser, 2012).

Nesse momento, a plataformação do jornalismo, portanto, radicaliza a preocupação que sempre esteve no cerne do trabalho de edição, que diz respeito ao conflito de interesses entre atender as demandas de interesse público e as do interesse do público, na medida em que todo editor busca construir a narrativa do jornal e capturar a atenção das audiências (Paulino & Cabral, 2024). As ferramentas computacionais, dessa maneira, são utilizadas como meios de expressão, sujeitando o discurso, ao mesmo tempo que apontam o que é relevante a partir dos rastros das atividades dos usuários (Gillespie, 2018). Os dados são combustível para a conectividade entre as plataformas, em razão da geração de insights sobre o comportamento do usuário e de métricas, que depois retornam como subsídios para a formulação de novos funcionamentos de aplicativos ou plataformas. A integração de ferramentas de IA (Santos, 2024) nesses ecossistemas potencializa ainda mais essas transformações ao mobilizar assistentes virtuais, como chatbots e sistemas de recomendação, os quais atuam como mediadores invisíveis que influenciam tanto o que é produzido quanto o que é consumido (Santos, 2024).

A inteligência artificial e, especificamente, a inteligência artificial generativa (IAG) estão transformando o jornalismo, ao impactar seus processos de produção de notícias, estruturas de mídia e papéis profissionais, permitindo a criação automatizada de conteúdo em formatos de texto, áudio e vídeo, com vistas ao aumento da eficiência e da produtividade (Túñez-López et al., 2021). Por essa razão, a incorporação de tecnologias de inteligência artificial no jornalismo é, talvez, o desenvolvimento mais disruptivo testemunhado pela área até o momento, visto que essas ferramentas não apenas automatizam tarefas manuais, mas também desafiam os limites epistemológicos e éticos do campo. Constituem-se, nesse sentido, como agentes com certo protagonismo na radiografia dos algoritmos e, conseqüentemente, na identificação, priorização e sugestão de pauta, acabando por interferir decisivamente nos critérios de noticiabilidade.

Em razão disso, os sistemas baseados em IA introduzem uma nova camada de mediação no processo jornalístico que já não está mais exclusivamente baseada na experiência e no julgamento humano, na medida em que as redações passam a contar com a capacidade preditiva e analítica dessas ferramentas. Dados históricos e padrões de comportamento são monitorados e sistematizados pela IA para sugerir conteú-

do, de modo que, embora isso possa ampliar a eficiência e a produtividade, também levanta questões sobre a subjetividade das escolhas e os potenciais vieses embutidos nos algoritmos derivados dessa cocriação humano-máquina (Diakopoulos et al., 2024). Ou seja, a IA redefine o próprio conceito de objetividade jornalística, historicamente buscado, na medida em que os algoritmos a apresentam a partir de dados e métricas, refletindo prioridades e valores de seus desenvolvedores que levam à constituição particular de critérios editoriais. No caso da IAG, esta dinâmica avança, já se apresentando distinta dos primeiros sistemas de IA preditivos, posto que agora gera conteúdos originais (Santaella, 2024), impactando, por força disso, a escolha do que publicar e, de maneira especial, as formas de como apresentar o que se publica.

3 Metodologia da pesquisa

A literatura, segundo Moretto et al. (2010), aborda a concepção de sistemas sociotecnológicos, cujas propriedades emergem por meio da colaboração dinâmica entre pessoas e agentes artificiais. Esta perspectiva oferece uma base sólida para pensar a inovação nos processos jornalísticos, especialmente em um cenário marcado pela integração crescente entre práticas profissionais e tecnologias inteligentes. Nesse contexto, adotamos o método Design Science Research que se constitui, segundo Freitas Junior et al. (2017), em um processo para projetar artefatos que objetivam a resolução de problemas, avaliar o que foi projetado ou o que está funcionando e comunicar os resultados obtidos.

Julia Müller et al. (2024) e Peffers et al. (2007) identificam uma ampla variedade de artefatos em associação a métodos de avaliação no âmbito da Design Science Research Methodology. Entre eles, destacam o raciocínio lógico, avaliações por especialistas, experimentos técnicos, experimentos com usuários, pesquisa-ação, protótipos, estudos de caso e cenários ilustrativos. Nesse sentido, a Design Science Research Methodology, segundo Peffers et al. (2007), estrutura-se em seis etapas, a saber: 1) identificar o problema e sua relevância; 2) definir os objetivos da solução; 3) projetar e desenvolver o artefato; 4) demonstrar seu uso em experimentos, simulações ou estudos de caso; 5) avaliar seu desempenho diante dos objetivos propostos; e, por fim, 6) comunicar o problema, a solução e o artefato desenvolvido.

Na primeira etapa, o problema de pesquisa concentrou-se na seguinte questão: como utilizar a inteligência artificial para

potencializar a identificação de pautas, tornando esse processo mais ágil, preciso e eficiente? A partir da lógica da DSRM, o artefato atua, dessa forma, como uma solução tecnológica que materializa requisitos sociotecnológicos previamente mapeados, permitindo que jornalistas identifiquem temas relevantes de forma mais rápida, precisa e contextualizada. Assim, o artefato desenvolvido nesta pesquisa pode ser compreendido como um sistema de apoio à geração de pautas jornalística, intitulado o Pauteiro, concebido para integrar informações provenientes de diferentes fontes – como redes sociais, grupos comunitários, indicadores públicos, bases de dados governamentais e sinais preditivos de vulnerabilidade e contextos gerais. O tipo de Instanciação – artefato –, nesses termos, não apenas reforça a inovação nos processos jornalísticos, mas também demonstra como a inteligência artificial pode aperfeiçoar a tomada de decisão editorial, fortalecendo o jornalismo de proximidade e orientado por dados.

Na segunda etapa – definir os objetivos da solução – apresentamos, na subseção 3.1, a experiência com o Pauteiro, um assistente virtual concebido para apoiar jornalistas na identificação e construção de pautas. O sistema utiliza um modelo de geração de linguagem da família GPT, desenvolvido pela OpenAI, e foi projetado para otimizar processos editoriais por meio de sugestões contextualizadas, análise de informações e produção inicial de ideias de pauta. Na terceira etapa – projetar e desenvolver o artefato – apresentada na seção 4, o Pauteiro é concebido como um assistente não humano destinado a apoiar editores na otimização e aceleração da identificação de pautas factuais e de sua roteirização. Nessa dinâmica, o editor mantém a gestão integral do processo e preserva sua autonomia na escolha editorial, enquanto se beneficia de insights, sugestões e novas angulações geradas pela inteligência artificial. Essas contribuições podem não apenas agilizar etapas do fluxo de trabalho, como também revelar perspectivas inovadoras que, em condições tradicionais, poderiam passar despercebidas no ritmo acelerado das rotinas jornalísticas.

Na quarta etapa – demonstrar o uso do artefato por meio de experimentos e estudos de caso – apresentamos um exemplo prático de aplicação do Pauteiro, conforme detalhado na subseção 4.1 (Exemplo de Utilização). Para a realização do experimento que fundamenta esta reflexão, o processo inicial consistiu na definição de um tema, a partir do qual o sistema pôde gerar diferentes angulações e possibilidades de pautas, evidenciando seu potencial como ferramenta de apoio à atividade jornalística. Na etapa cinco – avaliar

o desempenho do artefato em relação aos objetivos propostos –, as considerações finais (seção 5), apresentam uma discussão sobre os resultados obtidos. A abordagem teórico-aplicada adotada permitiu articular os fundamentos do jornalismo com a experimentação prática, oferecendo uma base consistente para analisar a interseção entre humanos e sistemas de inteligência artificial na construção de pautas. Esse movimento evidencia como o artefato contribui para ampliar capacidades editoriais, ao mesmo tempo que preserva o papel crítico e decisório do jornalista. Por fim, na etapa seis – comunicação do problema, da solução e do artefato desenvolvido – este estudo cumpre seu propósito ao divulgar seus resultados por meio desta revista científica e dialogar com a área. Ao fazê-lo, considera não apenas os impactos da IA e as questões éticas envolvidas, mas, sobretudo, busca identificar em que contextos o uso da IAG pode ser realmente benéfico para otimizar processos jornalísticos.

3.1 A IA no jornalismo e a experiência com o Pauteiro

A IA refere-se à capacidade de sistemas computacionais realizarem tarefas normalmente associadas à inteligência humana, como reconhecimento de padrões, tomada de decisão e resolução de problemas. A IA generativa (Saad & Santos, 2023), um subsetor dessa tecnologia, foca na criação de conteúdos originais, como texto, imagens, áudios e vídeos, utilizando algoritmos avançados para gerar materiais que imitam a criatividade humana. Nesse contexto, os algoritmos oferecidos, como bots ou aplicações para tarefas específicas, são sistemas automatizados de interação que desempenham um papel crucial na transformação do jornalismo contemporâneo e na produção desses conteúdos. Eles operam desde a coleta de dados até a interação direta com o público, oferecendo uma interface responsiva e ágil para atender às demandas de produção e consumo de notícias. A aplicação utilizada neste caso específico trata-se do Pauteiro, um assistente virtual projetado para apoiar jornalistas na identificação e construção de pautas, baseado num modelo de geração de linguagem da família GPT, desenvolvido pela OPEN AI. Por meio de algoritmos preditivos e de aprendizado de máquina, o sistema oferece sugestões de pauta, baseadas em tendências, dados históricos e comportamento do público.

Como desdobramento teórico da pesquisa, foi gerado um

artefato da categoria modelo para o Pauteiro, que estrutura uma primeira versão que tenta organizar a reconfiguração do uso de IA nos processos de produção de notícias. O modelo oferece uma estrutura para compreender as nuances e limites do controle e interferência de agentes automatizados no *gatekeeping* jornalístico e na eleição dos critérios de noticiabilidade. Ele destaca diferentes combinações de fatores – conhecimento, dependência tecnológica, alinhamento com o papel social e objetivos organizacionais – que moldam o impacto da IA no processo de produção de notícias, resultando no modelo que serve como ponto de partida para investigações empíricas e adaptações futuras conforme a descrição que segue.

3.2 Modelo teórico de controle e interferência de agentes automatizados no *gatekeeping* jornalístico

3.2.1 Introdução

A incorporação de inteligência artificial no jornalismo altera significativamente o processo clássico de *gatekeeping*, especialmente na fase inicial de definição de pautas. A influência de agentes automatizados, como o Pauteiro, varia de acordo com fatores internos à redação e externos ao contexto de produção jornalística, de modo que este modelo teórico busca categorizar e explicar diferentes níveis de controle e interferência do agente automatizado, considerando:

- a) Conhecimento dos profissionais sobre IA.
- b) Dependência em relação a recursos tecnológicos.
- c) Alinhamento com o papel social clássico do jornalismo.
- d) Foco prioritário da organização, como monetização ou missão pública.

3.2.2 Pressupostos teóricos

O modelo parte de dois conceitos fundamentais:

- a) Controle no *gatekeeping*: refere-se à capacidade dos agentes – humanos ou automatizados – de decidir o que será produzido e distribuído como notícia.
- b) Interferência algorítmica: diz respeito ao grau em

que ferramentas automatizadas influenciam essas decisões, seja como suporte ou como fator determinante.

3.2.3 Estrutura do modelo teórico

O modelo apresenta quatro níveis de controle e interferência, definidos por dois eixos principais:

- a) Eixo de conhecimento e dependência tecnológica: mede o conhecimento dos jornalistas sobre IA e sua dependência de recursos tecnológicos para o processo de *gatekeeping*.
- b) Eixo de alinhamento com o papel social do jornalismo: avalia o grau em que a prática da redação está alinhada com ideais clássicos de interesse público, em oposição a objetivos comerciais, como receita e monetização.

3.2.4 Os quatro níveis de controle

- a) Controle jornalístico predominante**
 - Contexto: profissionais possuem alto conhecimento sobre IA e utilizam a ferramenta como apoio complementar.
 - Interferência algorítmica: baixa.
 - Características:
 - O jornalista mantém o controle total sobre as decisões de pauta.
 - A IA fornece dados para enriquecer a tomada de decisão, mas não interfere no julgamento final.
 - Forte foco no interesse público e na missão social do jornalismo.
- b) Controle compartilhado**
 - Contexto: nível intermediário de conhecimento sobre IA, com dependência moderada de ferramentas tecnológicas.
 - Interferência algorítmica: moderada.
 - Características:
 - O agente automatizado influencia diretamente as escolhas de pauta, sugerindo prioridades com base em dados.
 - O jornalista atua como mediador, refinando as sugestões da IA para garantir alinhamento com o contexto e valores editoriais.

- Equilíbrio entre foco comercial e missão social.
- c) Controle automatizado predominante**
 - Contexto: Alta dependência de recursos tecnológicos, com baixo conhecimento sobre IA por parte dos profissionais.
 - Interferência algorítmica: alta.
 - Características:
 - A ferramenta automatizada é a principal responsável por definir as pautas.
 - O jornalista atua apenas na etapa de execução, com limitada influência sobre as decisões iniciais.
 - Forte foco em indicadores de performance e monetização.
- d) Dependência tecnológica total**
 - Contexto: profissionais com alto grau de dependência de tecnologia e baixo alinhamento com ideais sociais do jornalismo.
 - Interferência algorítmica: total.
 - Características:
 - As pautas são totalmente geradas pela IA, com mínimo ou nenhum envolvimento humano.
 - Predomínio de objetivos comerciais, como maximização de cliques e receita publicitária.
 - O papel social do jornalismo é secundário ou inexistente.

3.2.5 Implicações e limitações do modelo

O modelo teórico propõe um *framework* para analisar como agentes automatizados podem influenciar diferentes redações e contextos de produção jornalística. Contudo, a aplicação prática do modelo requer adaptações para cada organização e considerações sobre:

a) Vieses algorítmicos: ferramentas automatizadas devem ser continuamente avaliadas para evitar reforço de preconceitos ou priorizações inadequadas.

b) Autonomia jornalística: é essencial garantir que o uso de IA não comprometa o papel fundamental dos jornalistas como guardiões do interesse público.

c) Capacitação profissional: a formação e treinamento em IA são cruciais para equilibrar a relação entre humanos e máquinas.

4 Metodologia do experimento

Considerando esse contexto da IA no jornalismo e as potencialidades das soluções de automação usando inteligência artificial na operação das rotinas da redação, desenvolveu-se o sistema, partindo das hipóteses teóricas que foram articuladas às demandas do trabalho de concepção, construção e planejamento da pauta para o desenvolvimento do Pauteiro. Assim, o estudo analisou, mediante a adoção dos princípios da pesquisa aplicada, as mudanças introduzidas pela IA na etapa inicial da produção jornalística, com ênfase na identificação de pautas. Para Santos (2018), a pesquisa aplicada é aquela que busca soluções ou melhorias para problemas reais de algum grupo, segmento social ou organização devidamente identificados, através do desenvolvimento de artefatos orientados ao impacto social, inovação e aprimoramento de procedimentos e processos.

Este entendimento deriva fundamentalmente do próprio documento da área de Comunicação e Informação da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), que associa o trabalho dos programas de pós-graduação profissionais a estes objetivos. Para o trabalho da pesquisa aplicada, diversos *frameworks* de desenvolvimento podem ser utilizados. Estas ferramentas podem ser aplicadas de forma isolada ou em conjunto, de acordo com o cenário de utilização, usuários envolvidos e problemas a serem enfrentados. É importante lembrar que a ideia de inovação, na maioria dos casos não está associada à invenção de algo totalmente novo (inovação disruptiva), mas sim à reconfiguração de elementos já existentes para melhores resultados. É fundamental nesses casos uma atividade interdisciplinar para obter resultados mais conclusivos sobre a participação na esfera pública digital (Paulino, 2021).

Em geral, essas possibilidades são desdobramentos de um *framework* mais geral, com grande aplicação na área do Design, conhecido como PACT – Pessoas, Atividades, Contexto e Tecnologias, que procura estabelecer um cenário centrado em pessoas que têm tarefas a serem realizadas, em um determinado contexto e usando tecnologias. Estas últimas no seu sentido mais amplo, não restritas à ideia de ferramentas, mas sim de formas de lidar com o mundo (o que inclui tecnologias sociais, por exemplo).

Quadro 1*Frameworks de desenvolvimento aplicado de artefatos*

Ferramenta	Descrição	Autor	Nível de Utilização	Tipo de Avaliação ou Utilização
Análise de Contexto	Vetores Econômico, Tecnológico e Cultural	MCS	Geral – observando, entretanto, as correlações entre os diferentes vetores.	Avaliação de contexto
<i>Framework</i> de Van Dick	Micro – Tecnologia, Produto, Usos e Apropriação Macro – Propriedade, Governança e Modelo de Negócios	Jose Van Dick	Específico – criada para análise de plataformas de mídias sociais mas aplicável em outros casos de aparatos tecnológicos	Avaliação de contexto
Análise de ambiente externo	Fatores econômicos, legais, culturais, tecnológicos, sociais etc.	Diversos	Geral	Avaliação de contexto
Escala de adoção	Inovadores, Adotantes Antecipados, Maioria Antecipada, Maioria Posterior, Retardatário	Ryan e Gross; Rogers	Geral – mas observando o aspecto específico do estágio de adoção	Avaliação de adoção tecnológica
Fatores de impacto na velocidade de adoção	Vantagem relativa; compatibilidade; complexidade; testabilidade; observabilidade.	Rogers, Valente	Específico – utilizados para análise do potencial de adoção a partir de sua introdução no ambiente	Avaliação de adoção tecnológica
Modos de difusão	Contágio, Limiar Social, Aprendizagem Social	Yong	Geral – observando o parâmetro específico do padrão de difusão	Avaliação de adoção tecnológica
Segmentação socio-demográfica	Idade, sexo, faixa etária, renda, nível de instrução, localização	Diversos	Geral	Avaliação de Segmentação

Segmentação por perfis psicológicos ou <i>clusters</i>	Independentes, conservadores, questionadores, indiferentes	Diversos	Geral	Avaliação de Segmentação
Segmentação por necessidades ou requisitos	Feita a partir de listas de especificações	Diversos	Específico	Avaliação de Segmentação
Descrição de atividade	Contextualização a partir de descrições exaustivas	Diversos	Geral	Avaliação de Utilização
Classes de Problemas	Conjunto de perguntas e soluções pré-estabelecidas	Diversos	Específico	Avaliação de Utilização
Orientação a resultados	Escolhas a partir de objetivos específicos (narrativos, médicos, lúdicos, técnicos, educacionais)	Diversos	Específico	Avaliação de Utilização
UNF	<i>Users - needs - features</i>	Diversos	Geral	Avaliação de Utilização

Neste projeto, o *framework* PACT foi traduzido em sua versão mais simples pensando num cenário de utilização no qual jornalistas (usuários) precisam de assistência para organizar o planejamento da cobertura a ser produzida pela redação (*needs*) e que, com o aporte de uma aplicação de IA Generativa, recebem um apoio de funcionalidades (*features*) desenvolvidas para ajudá-los, basicamente com o que a IA Generativa pode fazer, que é a ideação ou geração de *insights*. Ainda do quadro acima, de forma complementar e prévia, foram feitas a descrição de atividade e a segmentação por necessidades ou requisitos, acopladas ao próprio referencial teórico que descreve as etapas de pré-produção do conteúdo jornalístico.

A identificação de pautas (Silva, 2022) no jornalismo é um processo fundamental que determina quais assuntos serão transformados em notícias ou reportagens e envolve a seleção criteriosa de temas relevantes, atuais e de interesse público (Marocco & Berger, 2006), servindo como guia para a produção jornalística. Segundo Moreira (2006), ao transformar fatos em notícias, a atividade jornalística diz o que deve ou não ser do conhecimento

da coletividade. Diariamente a pauta jornalística funciona como um roteiro que orienta repórteres e editores na cobertura de eventos e na elaboração de matérias (Lage, 2001). Ela define o tema, o enfoque, as fontes a serem consultadas e a abordagem da notícia. Uma pauta bem elaborada assegura que a informação seja apresentada de forma clara, objetiva e alinhada aos interesses do público-alvo. E segue os seguintes passos: 1) monitoramento de fontes – acompanhamento de diversas fontes de informação, como agências de notícias, redes sociais, comunicados de imprensa e eventos públicos, para identificar possíveis temas de interesse; 2) promoção, nas manhãs do jornal, de reuniões de pauta – as redações realizam reuniões em que os editores e repórteres discutem e selecionam os assuntos a serem abordados, considerando critérios como relevância, atualidade e impacto potencial sobre o público; 3) análise de dados – usar ferramentas de análise de dados para identificar tendências e assuntos emergentes que podem se transformar em pautas relevantes; e 4) sugestões externas – empresas e assessorias de comunicação podem sugerir pautas aos veículos de mídia, apresentando temas que consideram de interesse público.

Nesse sentido, é nesta etapa que o experimento se concentra: em como utilizar a IA para potencializar a etapa de identificação de pautas a fim de otimizar esse processo. Sistemas de *chatbots* avançados, como o Pauteiro, utilizam algoritmos que consideram métricas editoriais e feedback humano, a partir de grandes e variadas bases de dados com exemplos de textos semelhantes ou que se relacionam com o tópico de interesse, com o intuito de auxiliar editores na identificação de pautas factuais, aplicando inteligência preditiva e análise de dados para personalizar sugestões com base em perfis de usuários e comportamentos anteriores.

Inicialmente, foi usado como ambiente de desenvolvimento a funcionalidade dos GPTs, que são versões otimizadas para uma tarefa específica, que podem ser criadas por assinantes dos planos pagos do CHATGPT e utilizadas via link por usuários pagantes ou não. Os GPTs (não confundir com o modelo GPT ou o produto geral CHATGPT), que equivalem no ambiente do Google aos GEMs, permitem acesso em três níveis: apenas ao usuário desenvolvedor ou via link de compartilhamento ou, de forma mais ampla, na loja de GPTs, que funciona dentro do CHATGPT, sendo esta última a forma mais ampla de utilização pública.

Figura 1

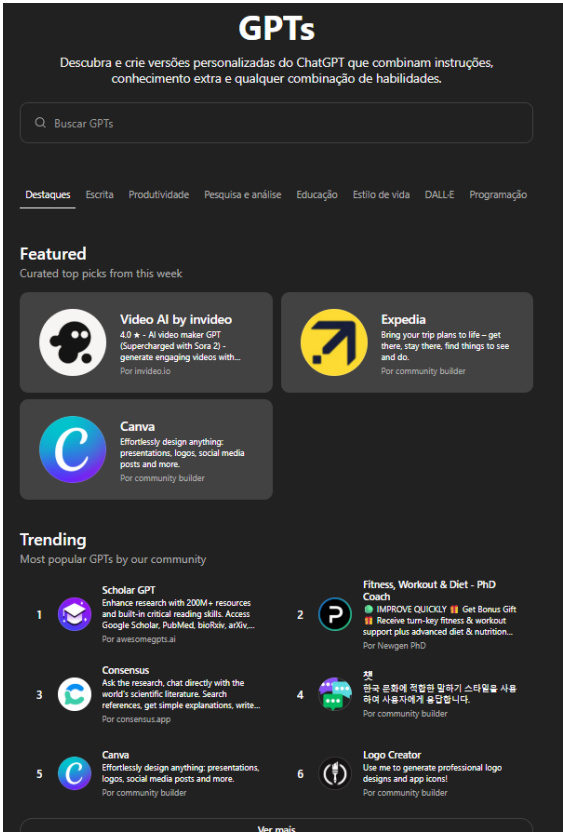
Tela inicial do GPT Pauteiro



Fonte: chatgpt.com

Figura 2

Print da Loja de GPTs no ambiente do CHAPGPT – OpenAI



Fonte: Print da Loja de GPTs com aplicativos disponíveis para o uso

No contexto jornalístico, o Pauteiro se constitui, assim, como um assistente (não humano) do editor para otimizar e acelerar a identificação de pautas factuais e sua roteirização. Entende-se que, nesse processo, o editor ainda tem a gerência do conjunto de atividades, bem como autonomia da escolha, enquanto pode se valer de insights e ideias geradas pela inteligência artificial que podem acelerar o processo ou considerar angulações até então não identificadas ou consideradas inovadoras para pautas diárias. Um exemplo deste aspecto pode ser observado no fato de que o assistente, ao indicar, por exemplo, uma sugestão de fonte a ser ouvida, não vai (e nem deverá ser solicitado a) informar detalhes do tipo, cargo, telefone de contato ou itens que teriam forte chance de erro ou alucinação, jargão associado à IA Generativa para descrever a dificuldade inerente aos LLMs de concatenar de forma correta informações precisas a partir da enorme base de informações que tem.

Em razão disso, na sequência das etapas metodológicas, quatro passos foram projetados para conectar a prática aplicada do experimento à investigação das questões teóricas formuladas. Começou-se pela revisão teórica e formulação de hipóteses que considerou a literatura sobre *gatekeeping*, *newsmaking* e teorias emergentes do jornalismo, como o *gatewatching*. A revisão teórica fundamentou a formulação das questões norteadoras e permitiu identificar lacunas no conhecimento atual sobre a integração de IA no jornalismo.

- 1) Como a IA redefine os critérios de noticiabilidade a sugerir pautas baseadas em dados?
- 2) De que forma a integração de ferramentas algorítmicas desafia o papel do jornalista como *gatekeeper*?
- 3) Quais são os limites e possibilidades de uma colaboração entre humanos e máquinas na construção de pautas?

A partir dessas reflexões, passou-se ao desenvolvimento do assistente virtual Pauteiro que foi concebido para o trabalho, orientado por dados capazes de sugerir pautas baseadas em: a) análise preditiva de tendências em redes sociais e outras fontes de informação; b) Identificação de critérios de noticiabilidade baseados em algoritmos que priorizam relevância, impacto e engajamento; c) feedback humano, incorporado por meio de interações com jornalistas durante a fase de teste. A ferramenta foi desenvolvida utilizando-se técnicas de aprendizado de máquina, como análise de linguagem natural (*natural language processing* – NLP), e sistemas de recomendação para otimizar o processo de identificação e seleção de pautas.

A etapa de testes do Pautero foi desenvolvida em três níveis de complexidade progressivos.

a) Nível 1 – apresentação para testes simples em aulas e palestras feitas pelo desenvolvedor utilizando o próprio link que leva para o ambiente dos GPTs da OPENAI;

b) Nível 2 – experimentação em ambiente de assessoria da própria universidade, mediante plano de utilização e avaliação;

c) Nível 3 – experimentação e desenvolvimento via feedback e validação em cenários reais de redações jornalísticas, considerando que, nesta etapa, a versão utilizada mantém apenas as instruções (*prompts*).

Todas as etapas ainda estão em processo, sendo utilizadas em todas as oportunidades disponíveis para a apreciação de jornalistas e em redações parceiras e assessorias de comunicação. Um modelo-base do formulário padrão de avaliação dos protótipos pode ser acessado na internet². O conjunto de orientações padrão após a solicitação de testes por parte de assessorias é descrito da seguinte forma, como no exemplo para assessorias de comunicação de universidades públicas:

a) as citadas aplicações, por seu caráter experimental, não são operadas no regime de licenças, tendo seu acesso associado à definição de um plano de utilização conforme descrito abaixo, de forma a gerar *feedback* e informações dos usuários testadores que permitam o aprimoramento das soluções; b) o plano de utilização deverá ser proposto pela unidade interessada definindo objetivamente, para cada solução ou aplicação, o colaborador que fará o teste, as funções que atualmente desempenha, as atividades em que pretende inserir a ferramenta de IA Generativa e que benefícios ou melhoria de métricas gostaria de alcançar com a mudança no processo; c) para cada combinação utilizador/aplicação, o plano deverá definir um prazo de teste não superior a 30 dias corridos, ao final do qual o utilizador se compromete a, via formulário de avaliação, contribuir com informações, *feedback* geral de uso e sugestões de melhorias que são fundamentais para o desenvolvimento das ferramentas; d) recomenda-se que, antes do início de cada fase de teste, seja feita uma breve oficina de treinamento para os testadores, de forma a orientá-los sobre a utilização e procedimentos de avaliação. A oficina poderá ser agendada depois que o plano for apresentado junto ao NID através do PPGCOMPro; e) por fim, o plano deverá estar alinhado com as diretrizes de governança e uso de IA na universidade (NID-UFMA, 2025).

É importante lembrar que o processo da pesquisa aplicada dentro do paradigma da Design Science Research é um *continuum* de desenvolvimento, no qual as versões são testadas pelos usuários que retornam avaliações e sugestões, num fluxo de feedbacks que vão sendo utilizados para a construção das versões posteriores – modelo padrão,

por exemplo, do desenvolvimento na indústria de software. Em razão disso, partiu-se, então, à fase três, constituída do teste experimental do Pauteiro. Esta etapa ainda está em processo, não totalmente finalizada porque submetida à apreciação de jornalistas em redações parceiras e assessorias de comunicação. Os testes têm sido feitos com relação à medição de eficiência, ao comparar o tempo gasto para identificar pautas com e sem o uso da solução, bem como à relevância das sugestões, no sentido de avaliar se as pautas sugeridas pela IA atendiam aos critérios de noticiabilidade tradicional e à interação humano-máquina, em que jornalistas interpretam e utilizam as sugestões da IA.

Os resultados dos testes experimentais serão analisados em função das questões teóricas propostas relacionadas à redefinição dos critérios de noticiabilidade, ao verificar se as sugestões algorítmicas introduzem novos parâmetros de relevância e impacto. Também será considerado o papel do Pauteiro enquanto *gatekeeper* algorítmico, como um mediador no processo de seleção de informações, destacando seus limites e contribuições. E, por fim, a colaboração humano-máquina, em que se analisa como as interações entre jornalistas e IA influenciam a adoção de novas dinâmicas de trabalho. Apesar de essa etapa não ter sido finalizada, usou-se os subsídios já gerados nas respostas iniciais para o aprimoramento do sistema bem como de sua aplicação, com a geração do experimento neste artigo.

4.1 Exemplo de utilização

A aplicação do Pauteiro para o experimento objeto desta reflexão teve início com a solicitação de um tema, para que o sistema pudesse listar angulações e possibilidades de pautas. Após entender o contexto, a partir do *prompt* demandado para o desenvolvimento de uma pauta para o dia dos namorados, o sistema ofereceu três opções de pauta e pediu para o editor escolher uma, para que a IA opcionalmente faça um roteiro template para rádio ou TV. O sistema, assim, listou três sugestões de pauta com abordagens diferentes sobre o tema:

- 1) “O amor na era digital: como os aplicativos de namoro transformaram as relações”
- 2) “Economia do amor: como o Dia dos Namorados movimentou o comércio”
- 3) “Namoro consciente: a busca por relacionamentos mais saudáveis e menos tóxicos”

Após a listagem, o sistema perguntou: “Qual dessas pautas você gostaria de escolher?” interagiu-se com a IA e solicitou-se a opção 3: “Namoro consciente: a busca por relacionamentos mais saudáveis e menos tóxicos”. Após a solicitação, o sistema listou os objetivos, a contextualização da pauta, propostas de abordagem, fontes a serem consultadas, sugestões de entrevistados ou ângulos adicionais.

Objetivo da matéria: mostrar como as pessoas estão, cada vez mais, buscando relações saudáveis e equilibradas, em contraponto aos relacionamentos tóxicos. A matéria abordará o conceito de namoro consciente, a importância do amor-próprio, comunicação clara e limites, além do impacto das redes sociais na disseminação desse conceito.

Contextualização: em um mundo onde as redes sociais têm influência significativa na forma como as pessoas se comportam e se relacionam, um novo movimento em prol de relacionamentos mais saudáveis tem ganhado força. Termos como “relacionamento tóxico” e “namoro consciente” aparecem cada vez mais em conteúdos de influenciadores e nas conversas sobre amor e bem-estar. O namoro consciente propõe que o casal tenha maior atenção à saúde emocional de cada um, estabelecendo limites, comunicação clara e o respeito mútuo, em oposição a comportamentos nocivos que muitas vezes levam ao desgaste emocional. Psicólogos e terapeutas têm se dedicado a essa questão, alertando para os sinais de relações abusivas e reforçando a importância de relações equilibradas.

Fontes a serem consultadas:

- Psicólogos e terapeutas de casal: para explicar conceitos de relacionamento saudável, oferecer dicas sobre comunicação e amor-próprio, e alertar sobre os sinais de abuso emocional.
- Influenciadores digitais: que falem sobre o tema de maneira didática e como promovem o namoro consciente entre seus seguidores.
- Casais que praticam namoro consciente: depoimentos reais de como essa abordagem impacta o dia a dia do relacionamento.
- Especialistas em redes sociais: para analisar como as plataformas influenciam comportamentos em relação a relacionamento e amor-próprio.

Sugestões de entrevistados ou ângulos adicionais:

- Psicóloga e terapeuta de casal: que trabalhe com temas relacionados a autoestima, amor-próprio e relações abusivas, como Aline Castelo Branco ou Alexandre Coimbra Amaral.
- Influenciadores focados em saúde mental e

relacionamentos: como Victor Fernandes ou Lorena Comparato, que falam sobre amor-próprio e namoro saudável nas redes.

- Casais que se destacam nas redes por discutirem abertamente sobre a importância do equilíbrio emocional nas relações: sugestão de casais jovens que praticam namoro consciente.
- Especialista em redes sociais: para discutir como Instagram e TikTok têm servido de palco para discussões sobre comportamentos nocivos e autocuidado.

Na sequência da interação com o Pauteiro, o sistema perguntou: “Agora que a pauta está pronta, vamos seguir para a criação do script de reportagem para TV?” Respondeu-se que “Sim” e a IA retornou um script de reportagem para TV (quadro 2) com base na pauta “Namoro consciente: a busca por relacionamentos mais saudáveis e menos tóxicos”.

Quadro 2

Recorte do script de reportagem para TV criado pelo agente de IA, o Pauteiro

Narração em off	Entrevistas	Imagens sugeridas
(Imagens de casais caminhando, conversando) “Nos últimos anos, tem crescido o interesse por uma nova abordagem nos relacionamentos: o namoro consciente. Uma prática que valoriza o respeito mútuo, a comunicação aberta e a preservação do amor-próprio.”	Psicóloga: “O namoro consciente é uma prática em que ambos os parceiros têm responsabilidade emocional, priorizando a comunicação e o respeito aos limites individuais.”	Casais felizes caminhando, cenas naturais de casal trocando gestos de carinho de forma espontânea.
(Imagens de redes sociais, influenciadores falando sobre namoro consciente) “As redes sociais têm sido um espaço importante para o debate sobre relações saudáveis. Influenciadores digitais estão cada vez mais se posicionando contra comportamentos tóxicos.”	Influenciador digital: “Muitas pessoas ainda romantizam comportamentos abusivos. A nossa missão é mostrar que o amor saudável respeita o espaço do outro e começa com amor-próprio.”	Vídeos de influenciadores falando sobre relações saudáveis, postagens em redes sociais com hashtags sobre namoro consciente

Fonte: dados de pesquisa, resultados do experimento com o Pauteiro.

Para finalizar o experimento, a IA informa que “o script sugere uma abordagem dinâmica e visualmente rica, intercalando

depoimentos e explicações com imagens que trazem leveza e positividade, em sintonia com o tema do namoro consciente”. Todo o processo usando a IA levou cerca de 10 minutos.

5 Considerações finais

O desenvolvimento e os testes iniciais com o Pauteiro oferecem uma oportunidade única para observar como ferramentas de inteligência artificial podem transformar o campo do jornalismo. Embora o projeto esteja em andamento, os resultados preliminares obtidos durante a fase de testes junto a redações jornalísticas, assessorias de comunicação e na própria Rádio Universidade indicam direções significativas tanto para a prática quanto para a teoria do jornalismo. A abordagem teórico-aplicada permitiu conectar os fundamentos teóricos do jornalismo a um experimento prático, fornecendo uma base robusta para explorar a interseção entre humanos e máquinas na construção de pautas. Essa metodologia não apenas validou o Pauteiro como uma ferramenta inovadora, mas também permitiu considerações iniciais de base empírica sobre o impacto da IA nas teorias e práticas jornalísticas.

As evidências iniciais e reflexões teóricas apresentam três momentos: 1. A redefinição da ideia dos critérios de noticiabilidade – na medida em que os testes revelaram que o Pauteiro é capaz de identificar temas relevantes, utilizando algoritmos oriundos da análise de dados que consideram parâmetros como engajamento em redes sociais, frequência de menções em fontes confiáveis e tendências de busca. Essa abordagem amplia os critérios de noticiabilidade tradicionalmente empregados pelos jornalistas, incorporando novos fatores quantitativos que complementam a experiência e o julgamento humano. A noticiabilidade, como conceito teórico, é enriquecida pela introdução nas práticas jornalísticas de dados em tempo real e pela capacidade da IA de mapear padrões emergentes. No entanto, esses novos critérios também levantam questionamentos sobre o risco de sobrevalorizar o que é popular em detrimento do que é relevante para o interesse público. 2. O papel do *gatekeeping* na era algorítmica – ao sugerir pautas com base em dados, o Pauteiro atua como um novo agente no processo de *gatekeeping*, mediando a seleção de informações antes mesmo da intervenção humana. O Pauteiro pode propor abordagens ou ângulos que não haviam

sido previamente considerados, potencializando a diversidade de conteúdo produzido, levando à necessidade da teoria do *gatekeeping* ser revisitada para acomodar o conceito de *gatekeeping* algorítmico, que não substitui o julgamento humano, mas o complementa e, em alguns casos, o desafia. Esse fenômeno também levanta debates sobre vieses algorítmicos e a falta de transparência nos critérios utilizados pela IA. 3. A colaboração humano-máquina – os resultados preliminares indicam que a interação entre jornalistas e o Pauteiro é marcada por um equilíbrio entre sugestões automáticas e edições humanas. Os profissionais relataram que, embora as sugestões da ferramenta sejam valiosas, elas precisam ser adaptadas para atender à linha editorial e ao contexto específico da redação. Essa dinâmica reforça o papel central do jornalista como mediador social, que utiliza a IA como uma extensão de suas capacidades, mas não abdica do controle sobre o processo editorial. Esse modelo colaborativo redefine as fronteiras da autoria e levanta novas questões sobre a ética na produção de conteúdo.

Também é possível indicar os limites e possibilidades da IA no jornalismo – os resultados também destacam limites e possibilidades da IA em sua função de mediador social como vieses algorítmicos: a ferramenta pode reproduzir vieses embutidos nos dados utilizados para treinamento, comprometendo a diversidade e a pluralidade de vozes. Dependência tecnológica: jornalistas expressaram preocupação sobre a possibilidade de se tornarem excessivamente dependentes das sugestões da IA, em detrimento de sua própria capacidade analítica. Algumas possibilidades também permitem ser destacadas como o aumento da eficiência do trabalho na medida em que o Pauteiro reduz significativamente o tempo gasto na identificação de pautas, permitindo que os jornalistas se concentrem na apuração e produção de conteúdo. também a inovação na abordagem ao propor ângulos e temas fora do espectro convencional, a ferramenta incentiva a experimentação e a criatividade. Assim, os resultados preliminares do Pauteiro indicam que a integração de IA no jornalismo é promissora, mas também desafiadora. A ferramenta evidencia a necessidade de revisar teorias clássicas e questionar pressupostos estabelecidos sobre a prática jornalística. Ao mesmo tempo, destaca as possibilidades de colaboração entre humanos e máquinas para enriquecer o campo e atender às demandas de um ecossistema midiático em constante transformação.

NOTAS

- 1 O conceito clássico de algoritmo, em termos simples, denota um conjunto de instruções, normalmente estruturadas em alguma linguagem de programação, que são executadas pelo hardware da máquina para realizar tarefas simples ou complexas em diferentes cenários.
- 2 Link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd4JnpUebi-gr6vQNLHzxVxaVY8nHUSkg0DpwK1ZAHik3MbTOw/viewform>

REFERÊNCIAS

- Bertocchi, D. (2016). *Dos dados aos formatos: a construção de narrativas no jornalismo digital*. Appris Editora.
- Breed, W. (1955). Social control in the newsroom: A functional analysis. *Social Forces*, 33(4), 326–335. DOI: 10.2307/2573002
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, 7(2), 119–140. DOI: 10.25200/BJR.v7n2.2011.342
- Canavilhas, J. (2023). Produção automática de texto jornalístico com IA: contributo para uma história. *Textual & Visual Media*, 17(1), 22–40. DOI: 10.56418/txt.17.1.2023.2
- Diakopoulos, N., Cools H., Li, C., Helberger, N., Kung, E., & Rinehart, A. (eds.). (2024). *Generative AI in journalism: the evolution of newswork and ethics in a generative information ecosystem*. The Associated Press. Recuperado de www.researchgate.net/publication/379668724_Generative_AI_in_Journalism_The_Evolution_of_Newswork_and_Ethics_in_a_Generative_Information_Ecosystem
- Freitas Junior, V., Ceci, F., Woszezenki, C. R., & Gonçalves, A. L. (2017). Design Science Research Methodology enquanto estratégia metodológica para a pesquisa tecnológica. *Revista Espacios*, 38(6), 25. Recuperado de www.revistaespacios.com/a17v38n06/a17v38n06p25.pdf
- Gillespie, T. (2018). A relevância dos algoritmos. *Parágrafo*, 6(1), 95–121. Recuperado de <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>
- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Tempo brasileiro.
- Lage, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pes-*

quisa jornalística. Editora Record.

Marcondes Filho, C. (2000). *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*. Hacker Editores.

Marocco, B., & Berger, C. (2006). A dupla falta do editor de jornal, nos livros e cursos de jornalismo. In Â. Felippi, D. de A. Soster & F. Piccinin (Orgs.), *Edição em Jornalismo: ensino, teoria e prática* (pp. 17–30). Edunisc.

Moreira, F. B. (2006). *Os valores-notícia no jornalismo impresso: análise das ‘características substantivas’ das notícias nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo* [dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul]. Repositório Digital UFRGS.

Moretto, L. A. M., Galdo, A. M. R., & Kern, V. M. (2010). Uma análise sistêmica sociotecnológica da engenharia de requisitos. *Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia, Arquivologia e Ciência da Informação*, (2), 26–40. DOI: 10.5007/1518-2924.2010v15nesp2p26

Müller, J., Würth, S., Schäffer, T., & Leyh, C. (2024). Toward a framework for determining methods of evaluation in design science research. *Anais da 19th Conference on Computer Science and Intelligence Systems (FedCSIS)*. ACSIS. DOI: 10.15439/2024F7208

Núcleo de Inteligência de Dados (NID). (2025). *Guia de boas práticas para governança de inteligência artificial generativa nas organizações*. Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Recuperado de <https://forms.gle/mt4RJKurYGDFK7AY7>

Pariser, E. (2012). *O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você*. Zahar.

Paul, S., & Berkowitz, D. (2014). The social-cultural construction of news. In R. S. Fortner & P. M. Fackler (Eds.), *The handbook of media and mass communication theory* (pp. 251–268). Wiley-Blackwell. DOI: 10.1002/9781118591178.ch17

Paulino, R. de C. R. (2021). Técnicas de análise de redes sociais (ARS): um método de pesquisa aplicada para investigar a atuação do Ministério da Saúde do Canadá no combate à Covid-19. *Revista Observatório*, 7(3), a7pt. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2021v7n3a7pt

Paulino, R. C. R., & Cabral, L. R. A. (2024). Jornalismo automatizado para investigar redes, toxicidades, sentimentos e bots em comentários do Twitter. In J. Canavilhas, C. Rodrigues & F. Giacomelli (Orgs.), *Inteligência artificial e jornalismo móvel: contextos, tendências, práticas e perspectivas* (pp. 137–159). LabCom – Comunicação e Artes. Recuperado de https://labcom.ubi.pt/wp-content/uploads/2024/05/2024_InteligenciaJornalismoMovel_JCanavilhasCRodriguesFGiacomelli.pdf

Peffer, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M. A., & Chatterjee, S. (2007).

A Design Science Research Methodology for information systems research. *Journal of Management Information Systems*, 24(3), 45–77. DOI: 10.2753/MIS0742-1222240302

Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. (2020). Plataformização. *Fronteiras*, 22(1), 2–10. DOI: 10.4013/fem.2020.221.01

Saad, E., & Carneiro dos Santos, M. (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*, 29(4), 783-794. DOI: 10.5209/esmp.87965

Salaverría, R., & Avilés, J.A.G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Tripodos*, (23), 31-47. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910>

Santaella, L. (2024). Travessias da digitalização: da internet à inteligência artificial. *Semina: Ciências Sociais e Humanas*, 45(1), 25–38. DOI: 10.5433/1679-0383.2024v45n1p25

Santos, M. C. dos. (2024). Inteligência artificial customizada e automação de processos: por que o ChatGPT não serve para organizações? *Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas*, 21(44), 38-54. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2024.220971

Santos, M. C. dos. (2023). What I learned interviewing a robot. Notes on the experimental application of the EIAF methodology using the ChatGPT artificial intelligence tool. *Hipertext.net*, (26), 23–29. DOI: 10.31009/hipertext.net.2023.i26.04

Santos, M. C. (2018). Pesquisa aplicada em comunicação: o estranhamento da interdisciplinaridade que nos assombra. *Comunicação & Inovação*, 19(41), 18–33. DOI: 10.13037/ci.vol19n41.5469

Silva, E. de M., & Piccinin, F. (2024). Narradores artificiais semelhantes aos orgânicos: considerações sobre uma experiência de telejornal gerado por IA. *Asas da Palavra*, 21(1), 3393. DOI: 10.63638/asas.v21i1.3393

Silva, T. (2022). Os atos de escolha na apuração jornalística. In G. Silva, D. Vogel & T. Silva (Orgs.), *Apuração, redação e edição jornalística* (pp. 31–41). Editora UFSC.

Tuchman, G. (1999). A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'* (pp. 74–90). Vega.

Túñez-López, J. M., Fieiras Ceide, C. & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impact

of Artificial Intelligence on journalism: transformations in the company, products, contents and professional profile. *Communication & Society*, 34(1), 177-193. DOI: 10.15581/003.34.1.177-193

Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/oso/9780190889760.001.0001

Wallace, J. (2017). Modelling contemporary gatekeeping: The rise of individuals, algorithms and platforms in digital news dissemination. *Digital Journalism*, 6(3), 274-293. DOI: 10.1080/21670811.2017.1343648

White, D. M. (1993). O controle da redação: o "Gate Keeper". In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"* (pp. 85-99). Vega.

Wolf, M. (2001). *Teorias da comunicação*. Editorial Presença.

Zelizer, B. (2000). Os jornalistas como comunidade interpretativa. In N. Traquina (Org.), *Revista de Comunicação e Linguagens* (pp. 50 - 65). Jornalismo 2000.

FABIANA PICCININ. Doutora em Comunicação Social (PUC-RS), professora adjunta da Universidade Federal de Santa Catarina, no Departamento de Jornalismo, e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (UFSC). Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Narrativas Jornalísticas e Mídia, Telejornalismo e novas tecnologias, tendo organizado e publicado livros, capítulos e artigos sobre o assunto. Colaboração no artigo: fez o levantamento teórico inicial, bem como a escrita da teoria que fundamentou o artigo, tendo participado da concepção do trabalho, da coleta e da análise dos dados, da aquisição de financiamento, do desenvolvimento da pesquisa, da gestão e supervisão do projeto, da validação do experimento e da apresentação dos dados, da redação original e redação final do artigo. E-mail: fabianaquatrincipcinin@gmail.com

RITA PAULINO. Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento (UFSC), professora permanente no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR) e no PPGCOMPro (UFMA) e colaboradora no Programa de Engenharia, Gestão e Mídia do Conhecimento (EGC/UFSC). Desenvolve estudos sobre Pesquisa Aplicada Experimental nas áreas de Inteligência Artificial Generativa, Jogos Sérios, Aplicativos (Apps), Métodos Digitais, Técnicas e Análise de Redes Sociais aplicados ao Jornalismo. Publicou os livros *Comunicação e comunidades virtuais - Participação e Colaboração* (2012), *Noções Básicas de WebDesign* (2014) e organizou *Jornalismo e Plataformização* (2021), *Jornalismo, Sociedade e Pandemia* (2020), *Gêneros e formatos no ciberjornalismo* (2019) e *Jornalismo para Tablets, pesquisa e prática* (2013). Colaboração no artigo: apresentou o estudo sobre metodologia de pesquisa aplicada e a descrição da experiência aplicada ao Pauteiro, vinculada ao conceito de DRSM, tendo participado da concepção do trabalho, da coleta e da análise dos dados, da definição da metodologia e do desenvolvimento da pesquisa, da gestão e supervisão do projeto, da validação do experimento e da apresentação dos dados, da redação original e redação final do artigo. E-mail: rcpauli@gmail.com

MÁRCIO CARNEIRO DOS SANTOS. Doutor em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD) (PUC-SP), professor do Departamento de Comunicação Social na área de Jornalismo em Redes Digitais. Dirige o LABCOM – Laboratório de Convergência de Mídias. Líder do grupo de pesquisa CNPq – Tecnologia e Narrativas Digitais – TECND. Bolsista de Produtividade Estadual Fapema/CNPq. Tem trabalhos publicados nas áreas de Sistemas Inteligentes Aplicados ao Jornalismo, Narrativas

em Ambientes Digitais, Inteligência Artificial Generativa, Jornalismo Imersivo, Design Science, Teoria de Redes, Análise de Redes Sociais e Filosofia da Tecnologia. Colaboração no artigo: apresentou os conceitos sobre Inteligência Artificial Generativa que já vem trabalhando, aplicada ao jornalismo e a concepção do Pauteiro neste contexto. A partir disso, apresentou o experimento, com indicação de resultados, tendo participado da concepção do trabalho, da coleta e da análise dos dados, da aquisição de financiamento, do desenvolvimento da pesquisa, da gestão e supervisão do projeto, do aporte do software utilizado, da validação do experimento e da apresentação dos dados, bem como da redação original e da redação final do artigo. E-mail: marcio.carneiro@ufma.br

FINANCIAMENTO: trabalho financiado pela Fapema/CNPq, através dos editais Universal (Fapema) e Bolsa de Produtividade Estadual (Fapema/CNPq)

FINANCIAMENTO: trabalho foi financiado com recursos da bolsa produtividade de Fabiana Piccinin, chamada CNPq Nº 09/2022 – Bolsas de Produtividade em Pesquisa – PQ, Processo Nº 311517/2022-6.