

**Desinformação e inteligência artificial:
um estudo nas agências de fact-checking*****Disinformation and Artificial Intelligence:
A study in fact-checking agencies***

Cristiane de Lima BARBOSA¹
Flávia Gomes da SILVA²

Resumo

O objetivo geral deste projeto foi investigar como as agências de verificação de fatos identificaram notícias falsas geradas com o uso de Inteligência Artificial (IA). A pesquisa utilizou métodos qualitativos, por meio de observação direta e análise das informações verificadas pelas agências Lupa e Aos Fatos, abordando conteúdos falsos produzidos com ferramentas de IA, além de métodos quantitativos, analisando o volume de verificações realizadas conforme os filtros das agências. Os resultados práticos incluíram a identificação do volume e tipos de notícias e conteúdos falsos compartilhados em redes sociais e internet entre março de 2023 e março de 2024. O estudo também revelou as principais fontes das informações falsas, permitindo compreender quais instrumentos podem ser aplicados para combater uma desinformação. Este trabalho é relevante para fortalecer a atualização da informação e destacar o papel das agências de verificação de fatos na validação de conteúdos gerados pela IA.

Palavras-chaves: Inteligência artificial. Desinformação. Notícias falsas. Internet. *Fact-checking*.

Abstract

The general objective of this project was to investigate how fact-checking agencies identified fake news generated using Artificial Intelligence (AI). The research used qualitative methods, through direct observation and analysis of information verified by agencies Lupa and Aos Fatos, to address false content produced with AI tools, as well as quantitative methods, analyzing the volume of checks performed according to the agencies' filters. The practical results included identifying the volume and types of fake news and content shared on social networks and the Internet between March 2023 and March 2024. The study also revealed the main sources of false information, allowing us to understand which instruments can be applied to combat misinformation. This work is

¹ Doutora em Ciências da Informação/ Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa (UFP/Portugal). Professora do Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação (PPGIC). E-mail: crisbarbosa@ufam.edu.br

² Graduanda do Curso de Jornalismo da FIC/Ufam. Bolsista do Pibic da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas (Fapeam). E-mail: fgomessz28@icloud.com

relevant to strengthen the information update and highlight the role of fact-checking agencies in validating AI-generated content.

Key Words: Artificial intelligence. Disinformation. Fake news. Internet. Fact-checking.

Introdução

A Inteligência Artificial (IA) está sendo cada vez mais utilizada por agências de fact-checking (checagem de fatos) para verificar a veracidade de informações divulgadas em redes sociais e outros meios de comunicação. Isso se deve ao fato de que a quantidade de informações falsas e enganosas circulando na internet tem aumentado de forma significativa nos últimos anos, o que torna ainda mais difícil para as agências de checagem de fatos realizarem esse trabalho manualmente.

Apesar da IA ter iniciado ainda nos anos 30 (com um dispositivo chamado “Máquina de Turing”), no ano de 2023, a IA ganhou força como uma ferramenta de uso diário para os usuários da internet. No âmbito midiático, a utilização desse mecanismo para a formação de notícias e conteúdos pode ser largamente usada para gerar desinformação devido a quantidade de matérias, imagens, vídeos e áudios enganosos que podem ser criados. Diante da proliferação rápida de conteúdos falsos, tornou-se indispensável a criação de agências de fact-checking para verificar a veracidade das informações criadas por essas ferramentas.

Segundo o CEO do Google, Sundar Pichai, em entrevista à *Época Negócios*, a IA se trata da tecnologia mais transformadora que a humanidade já presenciou (Turbiani, 2024). Ele ainda afirmou sobre os riscos dessa ferramenta na área da informação devido a criação de notícias e imagens falsas e que isso “causará danos”. O portal de fact-checking ‘Aos fatos’ entrevistou o jornalista Bruno Sartori, especializado em IA, que declarou “o conteúdo sintético criado, apesar de falso, é gerado de forma cada vez mais realista e com ar de genuíno” (Faustino, 2023). Alguns feitos da IA podem ser vistos como inofensivos, muitas vezes até cômicos, o que disfarça os riscos e as problemáticas dessa nova tecnologia na sociedade.

A forma sutil em que a postagem é feita, faz com que poucas pessoas duvidem da veracidade do material falso compartilhado, que quando é espalhado de forma rápida é mais difícil de ser desmentida. Além disso, dentro da referida tecnologia existem outras

ferramentas que estão sendo utilizadas para facilitar o trabalho humano, como o ChatGPT e o Midjourney. Há uma necessidade de compreensão dessas ferramentas tecnológicas para existir a possibilidade de verificação de conteúdos que contribuem para a desinformação. Nesse sentido, este projeto tem o objetivo geral de verificar como agências de checagem de fatos identificaram notícias falsas produzidas com aparato da Inteligência Artificial.

Como objetivos específicos, a pesquisa se ateve em: a) verificar as características da checagem de fatos como ferramenta complementar às rotinas jornalísticas fortalecida na era da pós-verdade; b) entender o conceito de notícias falsas, infodemia e desinformação; c) diagnosticar como as Agências Lupa e Aos Fatos tem verificado temas relacionados à Inteligência Artificial e desinformação na internet;

Para tanto, a pergunta norteadora que conduz esse estudo é: Como agências de fact-checking contribuem para identificar conteúdos inverídicos (textos, fotos, áudios e vídeos) produzidos por IA como forma de combater a infodemia e a desinformação? Temos como hipóteses: a) A checagem de informações falsas produzidas com aparato da IA contribui para a sociedade identificar a veracidade dos conteúdos veiculados na internet. b) As agências de *fact-checking* atuam como mediadoras em um cenário de crise na informação.

O estudo tem relevância para a área de jornalismo por buscar entender como essas agências de fact-checking trabalham identificando a veracidade e a quantidade dos conteúdos gerados por inteligência artificial no período de março de 2023 a março de 2024. Além disso, identificar as fontes e os meios em que esses conteúdos mais se propagam nas mídias sociais, entendendo quais ferramentas devem ser usadas para o combate da desinformação.

Metodologia

Este trabalho é uma pesquisa descritiva objetiva que utiliza técnicas padronizadas de coleta de dados, como observação sistemática e levantamento (Gil, 2002, p. 42). A pesquisa bibliográfica constitui a etapa inicial, reunindo textos, artigos científicos e obras relacionadas ao objeto de investigação. Segundo Stumpf in Duarte e Barros (2011, p. 51), este método identifica e seleciona informações bibliográficas relevantes, anotando referências e dados para uso posterior em redações acadêmicas.

O estudo articula métodos qualitativos de observação direta (descrição e avaliação qualitativa das informações verificadas pelas agências Lupa e Aos Fatos sobre notícias relacionadas à Inteligência Artificial entre março de 2023 e março de 2024) e quantitativos (análise do volume de checagens realizadas). Utilizou-se análise de conteúdo para compreender os temas que estruturam o fluxo discursivo sobre IA revelando significados que promovem desinformação viral em um tema sensível à sociedade.

De cunho quali quantitativo, a pesquisa explorou informações relacionadas à desinformação gerada por IA que circularam na internet. Foi realizada observação direta não participante nas plataformas das agências Lupa e Aos Fatos, instituições reconhecidas pela credibilidade de seus métodos.

A metodologia seguiu Wimmer e Dominick (1996, p. 174-191), com passos como definição do universo de análise (fevereiro a julho de 2023), seleção do universo amostral (Lupa e Aos Fatos, focando na desinformação gerada por IA) e unidade de análise (desinformação viral).

Com base nesses pressupostos, analisou-se o conteúdo nas plataformas das agências, utilizando observação direta não participante para verificar notícias e conteúdos falsos gerados por IA entre março de 2023 e março de 2024. A pesquisa buscou identificar meios de propagação, fontes compartilhadas e ferramentas eficazes no combate à desinformação nas mídias sociais.

Desinformação gerada por IA e checagem das agências de checagem de fatos

A pesquisa, em duas fases, investigou a desinformação gerada por IA e seu impacto no jornalismo. A primeira etapa incluiu revisão bibliográfica sobre desinformação, IA e fact-checking, além da análise de 33 conteúdos falsos criados por IA e selecionados pelas agências Lupa (18) e Aos Fatos (15), entre março/2023 e março/2024. A segunda fase abordou leituras sobre IA e o futuro do jornalismo, culminando na análise dos conteúdos.

Os resultados dessa investigação exploratória visam contribuir para a compreensão dos desafios e oportunidades que a IA apresenta para o jornalismo na era da informação.

A análise crítica dos conteúdos falsos gerados por ferramentas tecnológicas e das estratégias de verificação das agências de checagem de fatos permitirá a formulação de propostas para combater a desinformação e buscar a qualidade do jornalismo no contexto digital. A seguir, na tabela 1 o levantamento quantitativo:

Tabela 1 - Número de conteúdos analisados em Aos Fatos e Lupa - 2023 e 2024.

Mês	Aos Fatos	Lupa
Março/23	1	3
Abril/23	1	1
Maió/23	0	3
Junho/23	1	1
Julho/23	0	1
Agosto/23	2	0
Setembro/23	1	1
Outubro/23	0	0
Novembro/23	2	0
Dezembro/23	4	4
Janeiro/24	1	0
Fevereiro/24	1	3
Março/24	1	1
Total	15	18

Fonte: Elaboração própria com base em conteúdos das agências de checagem ³

“A inteligência artificial é uma tecnologia que busca simular a tomada de decisões e o comportamento humano para resolver problemas lógicos” (Faustino, 2023). Dessa forma, consistem em uma tecnologia que usa recursos para tentar facilitar as tarefas mais fáceis do dia a dia durante os trabalhos, algo que não necessariamente precisa da mão de obra do ser humano.

Porém, Robl Filho, Marrafon e Medon, (2022, p.34) aponta que: “A Inteligência Artificial (IA), também vem sendo empregada para desinformar por meio das chamadas deep fakes, normalmente com o intuito de provocar desinformação, embora também esteja sendo amplamente utilizada para o humor e a sátira”. Os conteúdos analisados pelas agências incluem fotos, vídeos, textos, áudios gerados por IA, conteúdos virais que são chamados de fake news.

³ Matérias analisadas conforme as referências: Bortolon e Lobato (2024); Fagundes (2023), Faustino (2024); Leite (2023); Lobato e Faustino; Macário (2024); Mangabeira (2023); Marés (2023); Menezes (2024); Oliveira (2023); Pereira (2023); Rosauo (2023); Rudnitzki (2023); Soares (2023); Tardáguila (2024); Waldmann (2024).

(...) na definição de Carlos Affonso Souza e Chiara de Teffé, “podem ser compreendidas como conteúdos falsos, inverídicos, distorcidos ou fora de contexto que são espalhados, como se notícias fossem, para promover propositalmente desinformação ao público”. (Robl Filho; Marrafon; Medon, 2022, p. 34).

As plataformas que verificam os conteúdos compartilham artigos e maneiras de identificar quando algum conteúdo é gerado por robôs. Com isso, foi possível perceber os diferentes tipos de conteúdo que viralizam nas redes e são verificados pelas agências de *fact-checking*. Além da checagem dos conteúdos, as plataformas fazem artigos informativos relacionados à IA, com conteúdo que informam como ela é utilizada, quais maneiras de verificar se um conteúdo foi feito pela inteligência artificial e temas políticos que envolvem o uso dessas ferramentas ou não. A partir do referencial bibliográfico, percebeu-se maneiras de identificar os padrões dos conteúdos virais gerados por IA. Além disso, também foram analisadas as maneiras em que as agências de verificação fazem para saber de que forma aquele conteúdo foi feito.

Tabela 2 – Forma de verificação e volume de conteúdos

Conteúdo	Forma de checagem	Volume de conteúdos
Fotos	Rosto plastificado ou borrado, tamanho de braços ou pernas diferentes, parte do corpo modificadas.	13 fotos
Vídeos	Falta de sincronização nas falas, nitidez do rosto, sombras no vídeo, diferenças na textura e cor da pele, ponta do nariz e orelha não se movem.	15 vídeos
Textos	Repetição de palavras, parágrafos muito longos, fatos inventados, fontes bibliográficas erradas, textos desconexos, exagero de adjetivos.	4 textos
Áudios	Análise da anatomia vocal presente na gravação, <i>deep fake</i> não consegue ser anatomicamente igual ao humano.	1 áudio

Fonte: Elaboração própria com base em conteúdos das agências de checagem.

Durante o período de análise, notou-se a diferença entre os conteúdos analisados, mas a semelhança entre os temas. Apenas um conteúdo foi verificado pelas duas agências, que foi a foto do Papa Francisco com o casaco estiloso que viralizou em diversas redes sociais. Com isso, foi feita uma tabela temática relacionando os temas dos conteúdos analisados entre as duas agências.

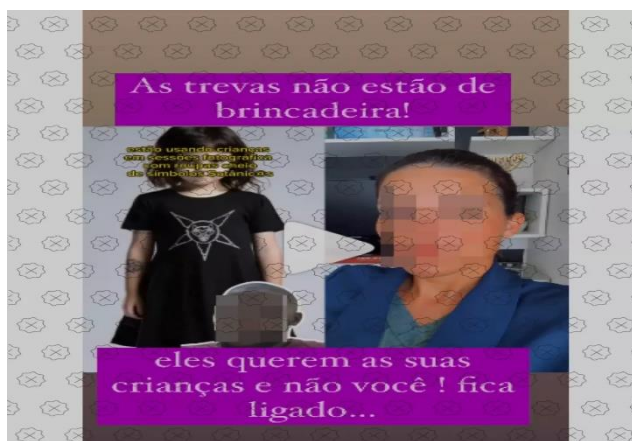
Tabela 3 - Categorias Temáticas – Aos Fatos e Lupa

Categorias Temáticas	Número de Matérias	Porcentagem
Propaganda/Golpe	8	24%
Política Nacional	5	15%
Política internacional	4	13%
Religião	4	12%
Papa Francisco	4	12%
Experimento Falso	4	12%
Covid-19	2	6%
Conteúdo Impróprio	1	3%
Bombou Nas Redes	1	3%
TOTAL	33	100%

Fonte: Elaboração própria, com base nos dados das agências de checagem, 2023 e 2024.

Nos diversos conteúdos analisados foi notada a propagação de conteúdos feitos com o aparato da Inteligência artificial, produzidos com a (suposta) intenção de gerar desinformação. Na categoria “Propaganda/golpe”, por exemplo, foram analisados conteúdos em que a pessoa poderia ser enganada, e provavelmente seria roubada, em dinheiro ou apenas seus dados. Na categoria “Papa Francisco”, foram analisados conteúdos sobre o Papa, maior líder da Igreja Católica, propagando falas falsas e montagens complexas que poderiam atrair uma onda de ódio para o sacerdote. Em “religião”, foram divulgadas fotos e vídeos falsos que foram divulgados de uma forma em que poderia prejudicar a pessoa que foi responsável por criar aquele conteúdo que possa ser real.

A agência “Aos Fatos” verificou um conteúdo que dizia que a loja americana Target teria lançado uma coleção de roupas satânicas para as crianças, as fotos da suposta coleção de roupas viralizou nas redes e gerou um debate, porém, as fotos não passam de inteligência artificial, feita pela ferramenta da IA generativa Midjourney, que faz as fotos com a aplicação de uma descrição textual.

Figura 1 - Conteúdo verificado pela agência Aos Fatos

Fonte: Menezes, 2023a

Com isso, esse conteúdo viral poderia ter prejudicado a imagem da loja, fazendo as pessoas denunciarem a loja e pararem de comprar, esses conteúdos geraram debates religiosos complexos que acabam gerando desinformação. Com a verificação, as pessoas puderam perceber que esse conteúdo era apenas Inteligência Artificial.

As ferramentas da Inteligência Artificial, chamadas de IA generativas podem ser ferramentas perigosas se forem usadas por pessoas mal-intencionadas, o conteúdo gerado por IA com a intenção de desinformar viraliza rapidamente nas redes sociais, por isso, o trabalho das agências de fact-checking são importantes para a sociedade que precisa de informações seguras e verificadas.

Moura et al. (2023) explica os fatores da rápida disseminação de desinformação causada pela facilidade de acesso e a falta de fiscalização que colabora também com a falta de credibilidade dos jornalistas. "... com os meios de produção mais acessíveis há um fluxo incontrolado de informações pouco confiáveis que levam o público a não mais acreditar plenamente nos veículos jornalísticos" (idem, p.33).

Dessa maneira, as agências são fundamentais para a contribuição com a credibilidade jornalística e na atuação de mediadoras em um cenário de desinformação em massa. "O fact-checking também pode ser considerado uma extensão do jornalismo profissional que, em tempos de controvérsia, auxilia a imprensa tradicional na delimitação do espaço de profusão de discursos verdadeiros" (Massarani et al., 2021, p.32).

A apuração jornalística é fundamental na construção das agências de fact-checking, segundo aponta Moura et al, 2023, p.28:

[...]a prática jornalística e a apuração de informações são primordiais na construção do fact-checking, visto que a checagem é o diferencial do jornalismo, pois além de apurar, apresenta os procedimentos de como a informação foi verificada, transformando assim o produto final oferecido à sociedade.

A agência Lupa segue metodologia própria que se baseia na agência Argentina Chequeado e Americana Politifact, a agência lupa se baseia em dados e fatos para fazer as suas verificações, além disso para fazer as checagens ela faz um levantamento completo do que já foi publicado relacionado a determinado assunto. A agência aos fatos também preza pelos valores jornalísticos e suas checagens tem como embasamento a forma metodológica de apuração, fonte e o conteúdo pode ser atualizado caso haja erros ou modificações futuras.

As agências checam em todos os momentos o que autoridades e pessoas influentes falam, para fazer uma checagem bem feita é necessário ter conhecimento de tudo o que está acontecendo no mundo e sempre estar atento àquilo que é factual. Moura et al. (2023, p.40) explica as ações das agências e a maneira em que ela colabora com o trabalho jornalístico. “Nesta perspectiva, as agências de *fact-checking* se mostram uma alternativa para restabelecer e fortalecer a credibilidade jornalística, como também para levar a sociedade a um ambiente mais seguro diante da desinformação”.

Além disso, a pesquisa teve como um dos objetivos entender como a IA pode ajudar no trabalho jornalístico diário, a ideia é compreender de que maneira essa tecnologia pode ajudar ou atrapalhar a profissão. No livro, “O Futuro da Inteligência Artificial: de ameaça a recurso”, Scott & Shaw (2023) afirmam sobre as consequências negativas que podem vir com a tecnologia:

Embora a inteligência artificial já seja, e provavelmente continue a ser, uma das tecnologias mais benéficas que o ser humano já criou, temos que ser realistas em relação às consequências negativas que virão com ela, como foi o caso com muitas das complexas revoluções tecnológicas ao longo da história (Scott & Shaw, p.12, 2023).

Em artigo adaptado e publicado pela plataforma de checagem “Lupa”, foi questionada a utilização de Inteligência Artificial como ferramenta para o Jornalismo, a preocupação é voltada para o jornalismo local e quem fiscalizará a utilização dessa tecnologia, o que chegará de informação àquelas populações mais pobres e consequentemente mais distantes da tecnologia. “... essas comunidades – que costumam ser mais rurais e mais pobres – acabarão com serviços de IA de qualidade inferior e mais

desinformação” (Waldmann, 2024). Além disso, o fácil acesso à tecnologia pode ser preocupante quando se trata de que maneira ela pode melhorar o trabalho jornalístico.

Há muitas maneiras pelas quais a IA pode ajudar a melhorar o funcionamento do jornalismo. Mas a tecnologia também tornará muito fácil para atores mal-intencionados fabricarem notícias locais credíveis que o público terá dificuldade em distinguir fato de ficção. (Waldman, 2024, n.p.)

A preocupação de que a IA poderá surgir de diversos questionamentos, mas o uso da tecnologia para desinformar em períodos de eleição e qual será o resultado futuro dos empregos com a utilização desses sistemas são os pontos mais questionados diariamente. “Embora a desinformação não esteja necessariamente atrelada ao cenário eleitoral, sua utilização mais frequente e notória tem se dado para esta finalidade” (Norberto et al. 2022, p. 34).

Por sua vez, Scott (2023, p. 160) afirma que os modelos de softwares autônomos precisam ser treinados por humanos e que “... são necessários seres humanos para explicar os dados, interpretá-los e zelar contra o viés neles e nos algoritmos.” Ou seja, mesmo que as pessoas tenham receio que a IA possa ocupar os seus lugares no trabalho, a tecnologia ainda precisa do ser humano para ensiná-la, a tecnologia inteligente necessita de alguém que encha o seu banco de dados com as informações.

[...] devido à natureza das empresas e da IA, acredito que o futuro do trabalho evoluirá de formas menos radicais do que as previsões, tanto as mais pessimistas quanto as mais otimistas, e que teremos tempo para ajudar os trabalhadores a se adaptar às mudanças por vir (Scott, 2023 p. 160).

Portanto, as mudanças futuras em relação à mão de obra dos trabalhos e o uso da IA ainda é incerto, mas sabe-se que o trabalho irá evoluir gradativamente sem precisar abandonar completamente a mão de obra do ser humano e com a utilização da Inteligência Artificial.

Além disso, o trabalho jornalístico com o aparato de robôs deve ser checado, pois se há má intenção no momento de produzir o conteúdo jornalístico, pode virar desinformação. Assim, o trabalho das agências de *fact-checking* e o jornalismo contribuem para que a sociedade possa ter acesso a notícias verídicas e analisadas.

Considerações finais

Ao responder à pergunta norteadora deste estudo, foi confirmado que as agências de *fact-checking* colaboraram no combate à desinformação, gerada por conteúdos produzidos com o aparato da Inteligência Artificial e veiculados no contexto digital, no período analisado de forma exploratória. A metodologia de análise e os conteúdos dentro das agências ajudam na compreensão da inteligência artificial e suas ferramentas, além disso, colaboram como mediadoras no cenário da desinformação.

As duas agências contribuíram, dentro do período de análise exploratória, para a identificação do uso dessas ferramentas automatizadas nos conteúdos gerados, justificando e informando como a IA generativa se comporta e pode ser usada para a contribuição da desinformação. A forma de verificação das agências se mostrou colaborativa com o trabalho jornalístico. Entender como a Inteligência Artificial funciona é uma das maneiras de identificá-la e trabalhar com essa tecnologia.

O levantamento dos conteúdos analisados é considerado preocupante, já que em todos os meses as agências analisaram conteúdos virais veiculados na internet que geraram desinformação.

Após as análises e o levantamento dos dados, foram confirmadas as duas hipóteses iniciais de acordo com a pergunta norteadora do estudo. Além disso, verificou-se que em relação à quantidade do conteúdo analisado durante o período determinado, apenas no mês de outubro as agências não verificaram nenhum conteúdo de cunho falso feito com IA, e o mês de dezembro foi o que as agências analisaram quatro conteúdos cada, oito no total, sendo o maior quantitativo entre os meses analisados.

Além disso, foi confirmada que as agências contribuem para a veracidade e o trabalho jornalístico. Com a grande quantidade de conteúdos falsos viralizando, mais notícias falsas chegam à população, o que contribui para a descredibilidade do trabalho jornalístico.

Assim, o presente estudo possibilitou uma breve análise dos conteúdos verificados pelas agências, analisando a maneira em que as agências verificam os conteúdos, a forma em que as ferramentas da IA atuam, e a maneira em que a Inteligência Artificial pode contribuir com os trabalhos futuros. Além disso, é necessário que haja uma relação entre o jornalismo e as agências *fact-checking* para que possam trabalhar em conjunto na construção da veracidade de notícias e a credibilidade jornalística.

Referências

BORTOLON, B; LOBATO, G. Incels se organizam para salvar músicas racistas e misóginas de suspeito de ataque hacker a Janja. **Aos Fatos**, 2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/bipe/musicas-suspeito-hacker-janja/>>. Acesso em: 17 jan. 2024.

DUARTE, J, BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.

FAGUNDES, E. Papa Francisco não disse que estupradores de crianças são ‘o povo escolhido de Deus’. **Lupa**, 2023a. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/05/18/papa-francisco-nao-disse-que-estupradores-de-criancas-sao-o-povo-escolhido-de-deus>. Acesso em: 15 jun. 2023.

FAGUNDES, E. Vídeo de despedida de tripulantes do submarino que tentou visitar Titanic é ‘deep fake’. **Lupa**, 2023b. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/06/23/video-de-despedida-de-tripulante-do-submarino-que-tentou-visitar-titanic-e-deep-fake>. Acesso em: 14 jul. 2023.

FAGUNDES, E. É golpe site que oferece 60 cervejas da AMBEV por R\$90. **Lupa**, 2023c. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/12/11/e-golpe-site-que-oferece-60-cervejas-da-ambev-por-r-90>. Acesso em: 11 dez. 2023.

FAUSTINO, M. Foto que mostra Papa Francisco com jaqueta branca foi gerada por inteligência artificial. **Aos Fatos**, 2023a. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/falso-foto-papa-francisco-jaqueta-branca/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

FAUSTINO, M. Golpe simula programa inexistente do governo federal para “resgate da prosperidade”. **Aos Fatos**, 2023b. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/golpe-programa-inexistente-resgate-prosperidade>. Acesso em: 14 dez. 2023.

FAUSTINO, M. O que é inteligência artificial generativa e quais riscos ela representa no combate à desinformação. **Aos Fatos**, 2023c. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/inteligencia-artificial-desinformacao/>. Acesso em: 14 jul. 2024.

FAUSTINO, M. Posts compartilham paródia de robô assassino armado como se mostrasse vídeo real. **Aos Fatos**, 2023d. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/video-parodia-robo-assassino-armado/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LEITE, B. Fotos de parque temático demoníaco foram geradas por inteligência artificial. **Aos fatos**, 2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/fotos-de->

parque-tematico-demoniaco-foram-geradas-por-inteligencia-artificial/> . Acesso em: 25/04/2023

LOBATO, G. PL de direitos autorais inclui publicidade digital e remuneração ao jornalismo por uso de IAs. **Aos Fatos**, 2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/bipe/pl-direitos-autorais-publicidade-digital-remuneracao-jornalismo/>>. Acesso em: 14/08/2023.

LOBATO, G; FAUSTINO, M. Telegram permite bots de IA que geram “deep nudes” e até pornografia infantil. **Aos Fatos**, 2023. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/telegram-bots-deep-nudes-pornografia-infantil/>. Acesso em: 12 jan. 2024.

MANGABEIRA, M. Conteúdos gerados por IA sobre Gaza podem colocar em dúvida veracidade de fotos reais. **Aos Fatos**, 2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/bipe/imagens-ia-gaza/>>. Acesso em: 12 dez 2024.

MACÁRIO, C. Falso curso promete porte de arma sem restrições a qualquer cidadão. **Lupa**, 2023a. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/05/26/falso-curso-promete-porte-de-arma-sem-restricoes-a-qualquer-cidadao>. Acesso em: 26 maio 2023.

MACÁRIO, C. É falso vídeo de Drauzio Varella recomendando dieta à base de ovos. **Lupa**, 2024b. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/02/01/e-falso-video-de-drauzio-varella-recomendando-dieta-a-base-de-ovos>. Acesso em: 15 jan. 2024.

MACÁRIO, C. É golpe vídeo de César Tralli que promete resgate de valores a receber via Pix. **Lupa**, 2024c. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/02/14/e-golpe-video-de-cesar-tralli-que-promete-resgate-de-valores-a-receber-via-pix>. Acesso em: 24 fev. 2024.

MARÉS, C. Vídeo de Bill Gates irritado com perguntas sobre vacinas é Deep fake. **Lupa**, 2023. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalisCo/2023/03/10/bill-gates-deep-fake>> . Acesso em: 15 abril. 2023.

MASSARANI, L.; MEDEIROS, A.; WALTZ, I.; LEAL, T. Desinformação sobre a Covid-19 na Ibero-América: uma análise dos verificadores de fatos. **TSN Transatlantic Studies Network**, n. 14, p. 67-84, 2021. Disponível em: <https://revistas.uma.es/index.php/transatlantic-studies-network/article/view/17651>. Acesso em: 10 jul. 2024.

MENEZES, L.F. Inteligência artificial gerou fotos de crianças com roupas satânicas. **Aos Fatos**, 2023a. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/inteligencia-artificial-fotos-de-criancas-com-roupas-satanicas/>>. Acesso em: 22 de junho de 2023.

MENEZES, L.F. Fala de Delgatti à CPMI não confirma que urnas eletrônicas podem ter sido adulteradas. **Aos Fatos**, 2023b. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/delgatti-cpmi-nao-confirma-urnas-eletronicas-adulteradas/>>. Acesso em: 15 set. 2023.

MENEZES, L.F. New York Times não publicou charge racista retratando Lula como macaco após fala sobre Israel. **Aos Fatos**, 2024c. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/falso-new-york-times-charge-racista-lula-macaco-israel/>> . Acesso em: 25 mar. 2024.

MOURA, T. A. D., costa, L. M. da S., DA SILVA, K. V., & RÊGO, A. R. O jornalismo em transformação. **Brazilian Journal of Development**, 2023. 9(1), 28–44. <https://doi.org/10.34117/bjdv9n1-003>

OLIVEIRA, L. É falso que Fórum Econômico Mundial ordenou que a Bíblia fosse proibida. **Lupa**, 2023a. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/07/11/e-falso-que-forum-economico-mundial-ordenou-que-a-biblia-fose-proibida>>. Acesso em: 11/07/2023

OLIVEIRA, L. É falso que Fórum Econômico Mundial ordenou que a Bíblia fosse proibida. **Lupa**, 2023b. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/07/11/e-falso-que-forum-economico-mundial-ordenou-que-a-biblia-fose-proibida>>. Acesso em: 11 de julho de 2023.

PEREIRA, C. É falso que China lançou mulher artificial chamada ‘HOORI’. **Lupa**, 2023. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/04/19/china-mulher-artificial-hoori>>. Acesso em: 15 jul. 2024.

ROBL FILHO, I.N.; MARRAFON, M.A.; MEDÓN, F. A inteligência artificial a serviço da desinformação: como as deepfakes e as redes automatizadas abalam a liberdade de ideias no debate público e a democracia constitucional e deliberativa. **Economic Analysis of Law Review**, v. 13, n. 3, p. 32-47, 2022. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/EALR/article/view/12527> Acesso em: 14/03/2023.

ROSAURO, M. É falsa a foto do Papa Francisco usando um estiloso casaco branco. **Lupa**, 2023a. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/03/27/papa-francisco-casaco-estiloso>>. Acesso em: 16 jul. 2023.

ROSAURO, M. É falsa imagem que mostra explosão ao lado do Pentágono, nos EUA. **Lupa**, 2023b. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/05/22/explosao-pentagono-eua>>. Acesso em: 16 jul. 2023.

ROSAURO, M. Procon não obrigou Havan a vender smartphones por R\$ 174,49. É golpe. **Lupa**, 2023c. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/12/07/procon-nao-obrigou-havan-a-vender-smartphones-por-r-174-49-e-golpe>. Acesso em: 15 fev. 2024.

ROSAURO, M. É falsa imagem que mostra Javier Milei ajoelhado diante de Xi Jinping. **Lupa**, 2023d. **Lupa**. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/12/15/e-falsa-imagem-que-mostra-javier-milei-ajoelhado-diante-de-xi-jinping>> . Acesso em: 16 jan. 2024.

RUDNITZKI, Ethel. Empresas e universidades buscam padrão para identificar imagens geradas por IA. **Aos Fatos**, 2023. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/noticias/inteligencia-artificial-identificacao-fotos-videos/>>. Acesso em: 14/08/2023

SCOTT, Kevin; SHAW, Greg. **O futuro da inteligência artificial**: de ameaça a recurso. Tradução de André Fontenelle. São Paulo: HarperCollins Brasil, 2023.

SOARES, Gabriela. É falsa foto do Papa Francisco beijando Dalai Lama na boca. **Lupa**, 2023a. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/12/06/e-falsa-foto-do-papa-francisco-beijando-dalai-lama-na-boca>>. Acesso em: 15 jan. 2024.

SOARES, Gabriela. Justiça das Filipinas não ordenou prisão de Bill Gates por ‘assassinato’ de vacinados contra Covid-19. **Lupa**, 2023b. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2023/03/14/justica-das-filipinas-nao-ordenou-prisao-de-bill-gates-por-assassinato-de-vacinados-contr-covid-19>> . Acesso em: 15 abril. 2023.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, SP: Atlas, 2011. p. 51-61.

TARDÁGUILA, C. De IA a roubo de dados 5 desafios para combater a desinformação das eleições de 2024. **Lupa**, 2024. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2024/01/07/de-ia-a-roubo-de-dados-5-desafios-para-combater-a-desinformacao-nas-eleicoes-de-2024>>. Acesso em: 14 jul. 2024.

TURBIANI, E. IA pode ser a tecnologia mais transformadora que a humanidade já viu, diz CEO do Google. **Época Negócios**, 2024. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/tecnologia/noticia/2023/04/ia-podera-ser-a-tecnologia-mais-profunda-da-humanidade-afirma-sundar-pichai-ceo-da-alphabet.ghtml>. Acesso em 14 jul. 2024.

WALDMAN, Steven. How AI could sap or save local news. **Poynter**, 25 jan. 2024a. Disponível em: <https://www.poynter.org/commentary/2024/how-ai-could-sap-or-save-local-news/>. Acesso em: 14 jul. 2024.

WALDMAN, Steven. Como a IA poderia enfraquecer — ou salvar — o jornalismo local. **Lupa**, 2024b. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/educacao/2024/02/15/como-a-ia-poderia-enfraquecer-ou-salvar-o-jornalismo-local>. Acesso em 14 jul. 2024.

WIMMER, R. D.; DOMINICK, J. R. La Investigación Científica de los Medios de Comunicación. **Una Introducción a Sus Métodos**. Barcelona: Bosch, 1996.