

RELATO DE EXPERIÊNCIA

GOOGLE TRENDS, PERPLEXITY AI E PINPOINT: ANÁLISE DA UTILIDADE DAS TRÊS PLATAFORMAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO JORNALISMO

Luíza Grecco Altoé¹; luiza.altoe_22jor@fac.unb.br
Zanei Ramos Barcellos²; zanei.barcellos@gmail.com

RESUMO

As plataformas que usam Inteligência Artificial estão integradas ao cotidiano da sociedade e, apesar do temor de que substituirão o trabalho humano, a presente pesquisa se dedica a mostrar o contrário. Ao passar dos anos, cada vez mais as redações jornalísticas demandam velocidade e precisão nas produções. Sendo assim, a Inteligência Artificial se apresenta como um possível instrumento de auxílio aos jornalistas para otimizarem o trabalho e tornar as redações mais eficientes. O artigo analisa o funcionamento de três plataformas, quais sejam: 1) *Google Trends*; 2) *Perplexity AI*; e, 3) *Pinpoint*, com o intuito de analisar e testar a utilidade delas no processo de construção das matérias jornalísticas.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo. Inteligência Artificial. Google Trends. Perplexity AI. Pinpoint

1. INTRODUÇÃO

Há décadas, quando se falava em Inteligência Artificial (IA), pensava-se em um futuro distante, em que as máquinas seriam capazes de desenvolver a maioria das atividades humanas. No entanto, essa realidade está mais perto do que se imagina. Atualmente, vivemos a era da Quarta Revolução Industrial e da Revolução Digital (Baldessar; Zandomênic, 2022), em que a IA já faz parte do cotidiano da sociedade Século XXI, e a tendência é que o algoritmo faça cada vez mais parte, gradativamente, substituindo os humanos no desempenho de tarefas (Kaufman, 2022).

¹ Bacharelada em Jornalismo pela Universidade de Brasília (UnB).

² Pós-doutor em Jornalismo e Inteligência Artificial pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Professor Adjunto II do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PPGCOM/FAC/UnB), pesquisador de Jornalismo com ênfase em Jornalismo Digital na UnB.

Segundo Canavilhas (2023), o termo “Inteligência Artificial” foi usado, pela primeira vez, pelo cientista da computação John McCarthy em 1956, e definido como a ciência de fazer máquinas inteligentes, capazes de realizar atividades naturalmente humanas de forma autônoma. Assim, as ferramentas que fazem uso da IA analisam, aprendem e tomam decisões com base na extração de padrões de dados, ou seja, aprendizado de máquina (Fitria, 2024). Pelo fato de a sociedade estar massivamente presente nos meios digitais, dados são gerados constantemente. Esses dados, conhecidos como *Big Data*, estão na *internet* e alimentam os sistemas de IA. Dessa forma, o algoritmo tem acesso a uma gama extensa de informações e, com isso, é capaz de lidar com o mercado de ações, compor música, produzir arte, dirigir carros, escrever notícias, indicar tratamentos médicos e decidir sobre crédito e contratação (Kaufman, 2022).

Pelo vasto conhecimento e amplitude de áreas de atuação, a IA poderia ser vista como um algoritmo auto suficiente. No entanto, tanto Kaufman (2022) quanto outros estudiosos da área alertam para a importância de não confiar inteiramente nesses sistemas, mas vê-los como parceiros de trabalho capazes de aprimorar a execução de tarefas, mas não as realizar de forma completamente autônoma.

Essa afirmação também vale para o campo do Jornalismo. A IA atua como uma ferramenta que complementa o trabalho dos jornalistas, de forma a desprendê-los de atividades rotineiras (Wölker; Powell. 2018), que gastam muito tempo, e torná-los mais eficientes. Isso porque, à medida que os anos passam, o Jornalismo e os meios de comunicação demandam mais velocidade nas redações, que exigem o maior número de matérias de qualidade e bem apuradas no menor tempo possível.

Barcelos (2019) considerou a IA um novo paradigma comunicacional para o Jornalismo. De fato, essa capacidade do algoritmo de atender pedidos humanos e gerar linguagem, seja escrita, visual e auditiva, o torna uma ferramenta poderosa, mas também perigosa, pois:

A capacidade da IA Generativa de criar conteúdos de forma automatizada e opaca pode levar à disseminação de informações imprecisas ou enviesadas, comprometendo a qualidade e a confiabilidade das notícias. Além disso, questões éticas e legais, como a propriedade dos direitos de autor e as

implicações no mercado de trabalho, são cada vez mais prementes. (Couraceiro *et al.*, 2025, p. 5)

Há quem diga que a grande quantidade de tarefas realizadas pela IA ameaça a extinção dos jornalistas. No entanto, Abdulrahman (2023) reforça a impossibilidade de substituição do jornalista por IA, justamente pelos profissionais serem treinados, desde a faculdade, para observar, fazer perguntas e buscar a verdade de uma forma que as máquinas não conseguem replicar. Além disso, segundo aquela autora, a intuição, inerente à espécie humana, ajuda a identificar histórias e ângulos, além de se conectar com fontes e a construir confiança com o público, algo impossível para as máquinas.

Esse cenário de Jornalismo Digital, em que há demanda contínua de fluxo de informação, exige que os profissionais da área saibam se beneficiar da otimização de trabalho que as ferramentas de IA proporcionam. Nesse sentido, a presente pesquisa trata sobre o uso de IA no Jornalismo e fundamenta-se na pergunta: ferramentas de IA podem ser utilizadas para aumentar a eficiência dentro das redações? Para comprovar a possibilidade, analisa-se a capacidade de auxílio de três plataformas no Jornalismo, quais sejam: 1) *Google Trends*; 2) *Perplexity AI*; e, 3) *Pinpoint*. Os objetivos específicos do estudo são: 1) Apresentar as ferramentas; 2) Relacionar as funcionalidades de cada uma com o Jornalismo; e, 3) Comprovar ou não a utilidade para jornalistas, levando em conta a veracidade, precisão e rapidez.

O avanço tecnológico da sociedade, dos meios de comunicação e de ferramentas demandam que as profissões se adaptem e evoluam. Cabe ao Jornalismo, assim como outras áreas, aproveitar as tecnologias disponíveis para aprimorar as atividades realizadas diariamente. A IA evolui a cada dia e aqueles que não souberem usá-la ao seu favor serão substituídos por outros que sabem ou pelo próprio algoritmo. Portanto, o presente trabalho é de extrema importância, pois busca auxiliar os jornalistas a enxergarem a IA como uma colaboradora, e não como uma inimiga.

2. METODOLOGIA

A pesquisa se desenvolveu em três etapas. A primeira consistiu na seleção de três plataformas de IA que fossem avaliadas positivamente em artigos científicos e *sites* da temática. A escolha também levou em conta as etapas jornalísticas mais relevantes,

para que os algoritmos escolhidos contemplem tarefas importantes para a construção das matérias. As plataformas *Google Trends*, *Perplexity AI* e *Pinpoint* foram testadas para as seguintes ações: elaboração de pauta; apuração de dados; e, transcrição de entrevistas.

A segunda fase do estudo contou com a colaboração do professor orientador Zanei Ramos Barcellos e dos alunos da turma de *Campus Multiplataforma* da Universidade de Brasília (UnB) do segundo semestre de 2024. As funcionalidades das plataformas foram apresentadas e demonstradas aos estudantes em sala de aula, para que testassem o auxílio delas no decorrer do semestre. A matéria corresponde a um jornal laboratório daquela Universidade, onde os alunos têm a oportunidade de explorar novos métodos, formas convencionais e não convencionais de jornalismo.

Ao fim do semestre, os alunos foram submetidos a um questionário de avaliação, com sete perguntas e disponível no período de 24 a 28 de fevereiro. Ele foi construído no *Google Forms* e preenchido de acordo com as experiências de cada aluno com as plataformas sugeridas. A escolha do *Google Forms* considerou os apontamentos de Mota (2019, p.3), onde a grande vantagem de seu uso está na praticidade na coleta das informações e na: “Possibilidade de acesso em qualquer local e horário; agilidade na coleta de dados e análise dos resultados, pois quando respondido as respostas aparecem imediatamente”.

Os dados do questionário foram analisados criteriosamente, para que a utilidade das ferramentas fosse comprovada. A escolha do método quantitativo, de fato, permite traduzir as opiniões em números, para que sejam classificados e analisados via técnicas da estatística (Kauark; Manhães; Medeiros *apud* Machado, 2023).

3. DESENVOLVIMENTO

3.1 Google Trends

O *Google Trends* é uma plataforma gratuita que analisa a popularidade de termos e conceitos. O sistema usa a IA para a coleta de dados em tempo real de pesquisas realizadas no Google e apresenta um panorama dos interesses dos usuários.

Desenvolvido pela Google em 2006, o *site* oferece um *template* fácil e intuitivo, de modo que o usuário pode visualizar os assuntos mais comentados nas últimas horas, nos últimos dias ou nas últimas semanas. Além disso, é possível acessar os termos de maior relevância de todos os países e visualizá-los em categorias, a saber: automóveis e veículos; ciência; clima; comidas e bebidas; compras; empregos e educação; entretenimento; esportes; hobbies e lazer; jogos; legislação e governo; moda e beleza; negócios e finanças; pets e outros animais; política; saúde; tecnologia; viagem e transporte; e, outra opção.

Além dos tópicos mais pesquisados naquele momento, a plataforma também permite a pesquisa detalhada sobre a desenvoltura de determinado assunto ao longo do tempo. Assim, caso o jornalista busque temas relacionados à palavra escolhida, é possível identificar o caminho que o texto pode seguir para que tenha mais interesse do público. Nesse sentido, a plataforma atua nas práticas de (*Search Engine Optimization* (SEO) – estratégias que aumentam a visibilidade das notícias e permitem alcançar um público maior de leitores interessados (Aktas; Özçağlayan, 2024).

A pesquisa constatou que a plataforma é útil para jornalistas e pode auxiliar no direcionamento das pautas, tendo em vista que apresenta os assuntos que estão em discussão naquele momento e permite que os profissionais estejam rapidamente a par das tendências. Além disso, foi atestado que, ao tratar de longo prazo, também é possível identificar o melhor enquadramento do assunto para despertar interesse no leitor; logo, auxilia na elaboração de entrevistas.

No entanto, a pesquisa encontrou uma barreira que impede o uso pleno da plataforma por jornalistas. Segundo Orduña-Malea (2019), o *site* exclui dados com volume de pesquisa muito baixo, ou seja, termos não populares não possuem panorama. O padrão impede que as redações analisem melhores perspectivas a serem tratadas sobre determinados assuntos que não são amplamente conhecidos.

O mesmo foi reforçado pelos alunos na pesquisa. No Gráfico 1, a seguir, por exemplo, tem-se que 81,8% dos alunos consideraram que a plataforma apresenta um panorama interessante, mas apenas de temas mais conhecidos. Tal característica prejudicou a avaliação dos participantes da pesquisa, tendo em vista que testaram o

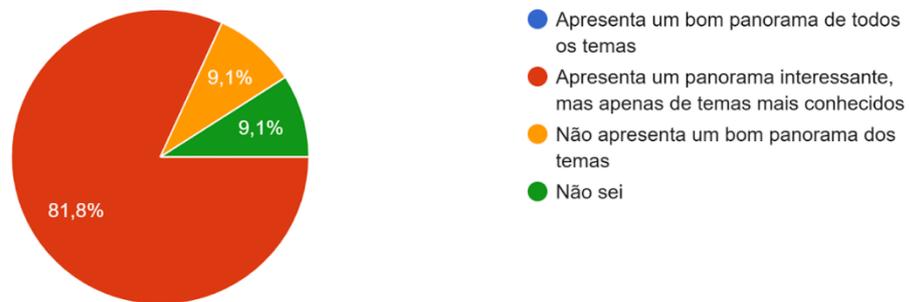
funcionamento do *Pinpoint* para as pautas relacionadas às questões internas da UnB e que não são amplamente conhecidas pela *internet*.

Dessa forma, segundo o Gráfico 2, a seguir, a abrangência limitada resultou em 54,5% dos estudantes considerando que o programa ajudou “mais ou menos” na definição de pautas, sendo que outros 27,3% enfatizaram que “não” ajudou.

GRÁFICO 1: USO DO GOOGLE TRENDS NO JORNALISMO

Sobre a elaboração e direcionamento das pautas, o Google Trends:

11 respostas

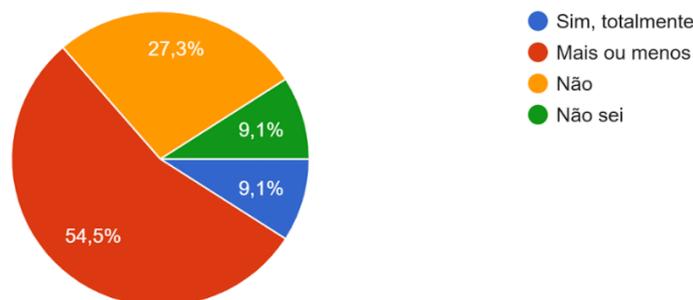


Fonte: elaboração própria

GRÁFICO 2: USO DO GOOGLE TRENDS NA DEFINIÇÃO DE PAUTAS

Com base na sua experiência, você considera que o Google Trends te ajudou na definição das pautas?

11 respostas



Fonte: elaboração própria

3.2 Perplexity AI

O *Perplexity AI* é uma ferramenta gratuita de respostas que, assim como o *ChatGPT*, foi lançada em 2022. As duas fazem uso de algoritmos de aprendizado de máquina, processamento de linguagem e IA generativa, que criam novos conteúdos. No entanto, enquanto o *ChatGPT* se destaca na criação de conteúdo, por ser mais

criativo, o *Perplexity AI* é mais confiável para pesquisa e, por isso, foi escolhido para ter a utilidade comprovada para jornalistas.

O *Perplexity AI* usa sistemas da OpenAI o3-mini, Claude 3.7 Soneto, Sonar, DeepSeek R1 para gerar as respostas (Cardillo, 2025). Há também a indicação das fontes usadas, de modo que permite o acesso à origem dos dados rapidamente. O diferencial possibilita a eliminação de erros na apuração, tendo em vista que viabiliza a checagem e verificação dos dados apresentados (Fitria, 2024). Dessa forma, as informações são mais precisas e contextualizadas que as oferecidas pelo *ChatGPT*.

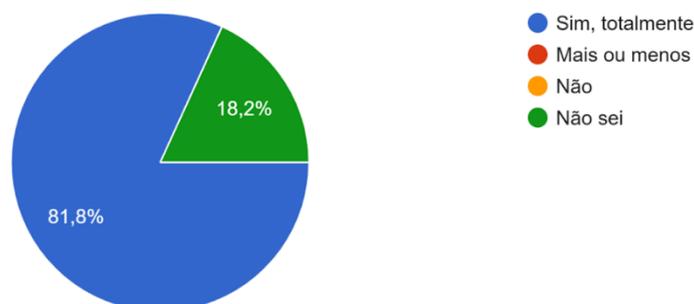
A plataforma também permite que o jornalista agilize o processo de apuração, pela rapidez e confiabilidade que oferece nas respostas, principalmente na atualização da informação. O *Perplexity AI* extrai dados do Google, *Bing Search*, artigos acadêmicos, *WolframAlpha*, redes sociais e fóruns da *internet*, além de filtrar dados de *sites* mais conhecidos e não aleatoriamente. No outro lado, o banco de dados do *ChatGPT* é restrito ao conteúdo de até outubro de 2023.

A funcionalidade foi testada pelos alunos e, de acordo com o Gráfico 3, a seguir, 81,8% deles afirmaram que o *Perplexity AI* pode ajudar na apuração jornalística. Além disso, é possível visualizar pelo Gráfico 4, a seguir, que 54,5% dos participantes acreditam que a plataforma é mais útil que o *ChatGPT*.

GRÁFICO 3: USO DO *PERPLEXITY AI* NO JORNALISMO

Com base na sua experiência com o *Perplexity AI*, ele pode ajudar na apuração jornalística?

11 respostas



Fonte: elaboração própria

GRÁFICO 4: COMPARAÇÃO ENTRE *PERPLEXITY AI* E *CHATGPT*

Ainda sobre o Perplexity AI, você considera que ele:

11 respostas



Fonte: elaboração própria

3.3 Pinpoint

O *Pinpoint* é uma ferramenta do Google destinada a jornalistas. Dentre as diversas funcionalidades da plataforma, o presente estudo se dedica a demonstrar a funcionalidade de transcrição de áudio por IA. Quando comparada com outros aplicativos de transcrição, aquela plataforma se destaca por ser gratuita e aceitar um número ilimitado de áudios de, no máximo, 2 horas. Além disso, a gramática e a transcrição apresentam resultados corretos, que demandam poucas alterações.

A depender da necessidade do jornalista, ele pode considerar a transcrição mais lenta do que em outros *sites*, mas é algo compensado pela precisão das citações. Além disso, a plataforma não permite a anexação de áudios pelo celular, apenas pelo desktop ou *laptop* – o que também pode ser negativo, tendo em vista a correria das redações e a necessidade de transcrição enquanto o repórter não está na redação e depende do *smartphone* para executar todas as tarefas.

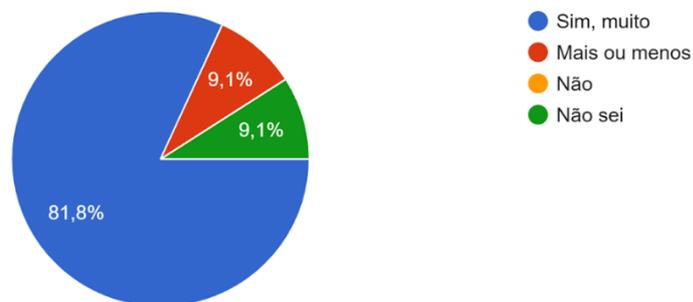
A plataforma também parte o áudio em trechos menores que podem ser ouvidos separadamente – o que facilita o processo de busca por determinada informação sem a necessidade de ouvir o áudio inteiro. A organização também é contemplada pela criação de pastas com título e a possibilidade de anexar arquivos relacionados. Além disso, o *Pinpoint* permite acelerar ou diminuir a velocidade do áudio – o que também é bastante útil. Há possibilidade de transcrever o áudio gravado em outra língua, não se restringindo ao português.

Por fim, o *Pinpoint* permite que a transcrição seja editada, baixada e enviada para terceiros. Assim, como é demonstrado no Gráfico 5, a seguir, o uso da plataforma foi aprovado por 81,8% dos estudantes e, de acordo com o Gráfico 6, a seguir, considerado melhor que outros *sites* com a mesma funcionalidade por 54,5% dos alunos.

GRÁFICO 5: USO DO *PINPOINT* PARA TRANSCRIÇÃO DE ÁUDIO

Sobre o uso do *Pinpoint* para transcrição de entrevistas. A plataforma é eficiente e pode ajudar jornalistas:

11 respostas

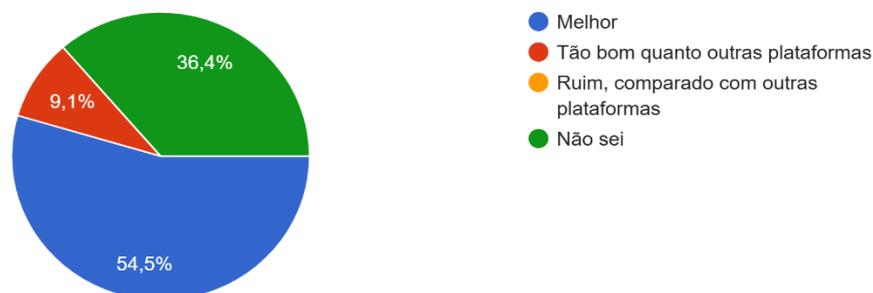


Fonte: elaboração própria

GRÁFICO 6: COMPARAÇÃO ENTRE *PINPOINT* E OUTRAS PLATAFORMAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Ao comparar com outras plataformas virtuais de transcrição gratuita, o *Pinpoint* é:

11 respostas



Fonte: elaboração própria

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A IA está presente no cotidiano da sociedade, e a tendência é que se integre às várias atividades em diversos setores. O jornalista não será substituído pela IA justamente porque o trabalho que desempenha é impossível de ser mecanizado, tendo

em vista que parte do princípio de conversar e ter contato com outros seres humanos. No entanto, há etapas da produção jornalística que podem ser feitas por IA, sem que o profissional seja prejudicado. Assim, o presente estudo tratou de três plataformas que tiveram a utilidade testada e comprovada para os jornalistas.

O *Google Trends* apresenta um panorama interessante sobre o que as pessoas estão buscando na *internet*, possibilitando a criação de pautas a partir disso, de modo que as produções conquistarão mais visibilidade e interesse do público. Tal plataforma permite que os jornais tenham uma espécie de interlocução direta com a sociedade e entreguem o que as pessoas estão procurando naquele momento. Como uma via de mão dupla, os leitores recebem a informação sobre o assunto que querem e os jornais conquistam visualizações.

O *Perplexity AI* se apresenta como uma plataforma melhor que o *ChatGPT* pela atualidade e confiabilidade das respostas – algo essencial no Jornalismo. A plataforma é útil e acelera o processo de apuração. Porém, quando se fala de IA, também se fala de questões de desinformação e ética. Vale ressaltar que a ferramenta é um instrumento de auxílio e otimização do trabalho do jornalista, mas não deve ser substituída por elementos essenciais da profissão, como, por exemplo, a checagem de informações. Assim, por mais que a plataforma seja mais confiável que o *ChatGPT* para o desempenho da apuração, ela não pode ser a única fonte de aquisição das informações.

Além disso, as informações que tais plataformas oferecem ao jornalista foram obtidas através de apuração, estudo e dedicação de outro profissional. Dessa feita, fazer uso de textos sem dar o crédito é considerado plágio e pode desqualificar toda a carreira de um jornalista. Dessa forma, as fontes apresentadas pelo *Perplexity AI* devem ser consultadas, para checar a veracidade da informação, mas também para serem apresentadas no texto e trazer mais credibilidade para a apuração.

Por fim, o *Pinpoint* também é uma ferramenta útil, confiável e positiva para a transcrição de áudio. A transcrição é bastante fiel, possibilitando menos edições e mais ganho de tempo na redação. Além disso, o *template* de fácil entendimento possibilita mais organização e eficiência no processo jornalístico.

Ante o exposto, é sabido que as redações vivem, atualmente, uma sobrecarga de funções, e o jornalista necessita de mais tempo para desenvolver o trabalho de modo aprimorado. Dessa feita, a IA é um instrumento que permite ao profissional que ele se ocupe com outras tarefas mais densas, enquanto as mais mecânicas podem ser adiantadas pelas ferramentas. Vale lembrar que mais importante do que trabalhar muito é ser estratégico e eficiente no decorrer do processo.

REFERÊNCIAS

ABDULRAHMAN, Shaden. Journalism meets AI: how Chat GPT can revolutionize your work process and content creation. **LinkedIn**, [s. l.], 14 mar. 2023. Disponível em: <https://www.linkedin.com/pulse/journalism-meets-ai-how-chat-gpt-can-revolutionize-your-abdulrahman/>. Acesso em: 17 out. 2024.

AKTAS, Safa Görkem; ÖZÇAĞLAYAN, Mehmet. Using Google Trends as a Big Data tool in Digital Journalism. **Global Media Journal Turkish Edition**, [s. l.], v. 14, n. 28, p. 80-105, 2024. ISSN 1309-7601. Disponível em: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/4037504>. Acesso em: 10 nov. 2024.

BALDESSAR, Maria José; ZANDOMÊNICO, Regina. Os desafios da qualificação profissional do jornalista diante da Inteligência Artificial nas redações. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 8, n. 3, p. 17959-17964, mar. 2022. ISSN 2525-8761. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv8n3-164>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/45111/pdf>. Acesso em: 5 mar. 2025.

BARCELOS, Marcelo Silva. **Um olhar no jornalismo do futuro a partir da Internet das Coisas (IoT) e Inteligência Artificial (AI)**: prospecções científicas e os desafios tecnológicos nas redações. Orientadora: Rita de Cássia Romeiro Paulino. 2019. 338 p. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

CANAVILHAS, João. Produção automática de texto jornalístico com IA: contributo para uma história. **Textual & Visual Media**, [s. l.], v. 17, n. 1, p. 22-40, 2023. DOI: <https://doi.org/10.56418/txt.17.1.2023.2>. Disponível em: <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/319/245>. Acesso em: 8 out. 2024.

CARDILLO, Anthony. Perplexity AI vs. ChatGPT: Comparação de Chatbots de IA. **Exploding Topics**, [s. l.], 28 fev. 2025. Disponível em: <https://explodingtopics.com/blog/perplexity-ai-vs-chatgpt>. Acesso em: 4 mar. 2025.

COURACEIRO, Paulo; PAISANA, Miguel; VASCONCELOS, António; CARDOSO, Gustavo; BALDI, Vania. **IA Generativa**: riscos e oportunidades para o Jornalismo. Lisboa: OberCom

– Observatório da Comunicação, 2025. ISSN 2183-3478. DOI:
<https://doi.org/10.5281/zenodo.14800938>.

FITRIA, Tira Nur. Using ChatBot-based Artificial Intelligence (AI) for writing an English Essay: the ability of ChatGPT, Perplexity AI, and ChatSonic. **Journal of Language Intelligence and Culture**, [s. l.], v. 6, n. 2, p. 103-128, dez. 2024. ISSN 2716-1277. DOI: <https://doi.org/10.35719/jlic.v6i2.139>. Disponível em: <https://jlic.uinkhas.ac.id/index.php/jlic/article/view/139/80>. Acesso em: 5 mar. 2025.

KAUFMAN, Dora. **Desmistificando a Inteligência Artificial**. Belo Horizonte: Autêntica, 2022. ISBN 9786559281596.

MACHADO, José Ronaldo de Freitas. Metodologias de pesquisa: um diálogo quantitativo, qualitativo e quali-quantitativo. **Revista Devir Educação**, Lavras, MG, v. 7, n. 1, p. 1-21, 2023. ISSN: 2526-849X. Disponível em: <https://devireducao.ded.ufla.br/index.php/DEVIR/article/view/697/489>. Acesso em: 12 out. 2024.

ORDUÑA-MALEA, Enrique. Google Trends: analítica de búsquedas al servicio del investigador, del profesional y del curioso. **Anuario ThinkEPI**, [s. l.], v. 13, p. 1-14, 2019. eISSN: 2564-8837. Disponível em: <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2019.e13info1>. Acesso em: 14 nov. 2024.

WÖLKER, Anja; POWELL, Thomas E. Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. **Journalism**, [s. l.], v. 22, n. 14, p. 1-18, fev. 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1464884918757072>. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/323263969_Algorithms_in_the_newsroom_News_readers'_perceived_credibility_and_selection_of_automated_journalism. Acesso em: 15 out. 2024.