O GLOBO
Publicado em 16/05/2024 - 05:57

Google: busca com IA amplia risco de desinformar e ferir direitos autorais, dizem analistas

Especialistas alertam para riscos da busca do Google com IA

Ferramenta pode ampliar desinformação, violar direitos autorais e derrubar audiência de sites que alimentam a plataforma

GUILHERME CAETANO
E BIANCA GOMES
economia@oglobo.com.br
SÃO PAULO

A nova ferramenta de busca do Google, feita com inteligência artificial (IA) generativa, pode abrir caminho para aumento da desinformação, violações de direitos autorais, queda na audiência dos produtores de conteúdo e redução na diversificação do ambiente on-line. É a avaliação de especialistas ouvidos pelo GLOBO a respeito do sistema que será incorporado ao buscador mais popular do planeta.

O Google anunciou na terça-feira o AI Overviews, que traz resumos gerados por IA no topo do site de buscas após certas pesquisas. A funcionalidade levará a bilhões de usuários respostas formuladas por essa tecnologia, marginalizando conteúdo produzido por veículos de informação, blogueiros e outras empresas. O resultado pode ser uma "monocultura" da internet, alerta Ronaldo Lemos, presidente da Comissão de Tecnologia da Ordem dos Advogados do Brasil de São Paulo:

— A nova busca vai reduzir a necessidade de os usuários clicarem em links e visitarem páginas da internet. O conteúdo original deixaria de ser acessado, afetando as pessoas ou empresas que o produziram. Isso pode implicar um empobrecimento radical da diversidade da rede.

Como o Google domina 90% do mercado de buscas on-line, o temor é que o tráfego virtual seja capturado quase totalmente pela própria empresa. Lemos diz que isso contribuiria para "matar a diversidade da internet", que depende de inúmeros criadores descentralizados.

— A IA lê o conteúdo produzido, mas não direciona o tráfego nem os cliques a eles — explica o especialista.

PERDA DE RECEITA

Análise da Gartner, especializada em tecnologia, prevê que o volume de tráfego vindo dos mecanismos de busca vai cair 25% até 2026 com a proliferação dos sistemas de IA generativa. Em entrevista ao Washington Post, Ross Hudgens, CEO da Siege Media, consultoria especializada em SEO (ou otimização dos mecanismos de busca), estimou um impacto de 10% a 20%, podendo ser ainda maior, a depender do veículo.

Em declaração ao jornal americano, a empresa Raptive, de serviços de audiência e publicidade para mais de 5 mil sites, prevê que as alterações nos mecanismos de busca podem resultar em perdas de cerca de US$ 2 bilhões para os criadores de conteúdo, com alguns sites podendo perder até dois terços de seu tráfego. Para Michael Sanchez, CEO da Raptive, as mudanças no Google têm o potencial de causar danos relevantes à internet como se conhece hoje, ameaçando sua sobrevivência.

O Post trouxe o relato de Jake Boly, um treinador físico que dedicou três anos à construção de um site de avaliações de calçados esportivos. No ano passado, o seu tráfego vindo do Google caiu 96%, ao passo que sua página era citada em respostas de IA sobre sapatos.

Para Eugênio Bucci, professor titular na Escola de Comunicações e Artes da USP, "qualquer incremento de inovação" do Google é potencialmente danoso à imprensa.

— A lógica do negócio desses conglomerados de tecnologia é predatória das relações da cidadania, da cultura e do conhecimento. Qualquer incremento de inovação dentro dessa lógica vai produzir mais danos para essas relações — declara Bucci, sem citar particularmente o AI Overviews.

Alessandra Maia, professora e coordenadora do Laboratório Cubo de Inovação da FGV Comunicação Rio, diz haver a possibilidade de o Google acabar fomentando desinformação com a nova ferramenta. Aspectos como a origem dos dados e textos usados nos resumos, os critérios de seleção dessas fontes e a capacidade do Google de contornar *paywall* (a proteção a conteúdos pagos) de jornais precisam ser esclarecidos, segundo ela:

— Há uma grande chance de as pessoas acabarem apenas lendo o resumo e não aprofundarem a busca. E há dúvidas sobre a qualidade da informação que será entregue no resumo. Pesquisas apontam que, em todas as IAs, há momentos de "alucinação", nos quais elas fabricam informações.

Os exemplos de "alucinação", como são chamados os erros das IAs generativas, a que Alessandra se refere foram divulgados desde o lançamento dessa tecnologia ao público geral, no fim de 2022. IAs como o ChatGPT ou o Gemini, do Google, podem fornecer respostas erradas mesmo para questões simples, o que se torna um problema quando a tecnologia passa a guiar um buscador usado por bilhões.

Outra preocupação é a violação de direitos autorais. Em dezembro, a questão levou o New York Times à Justiça contra a OpenAI (criadora do ChatGPT) e a Microsoft, pois a tecnologia usava trechos de reportagens de acesso pago para formular as respostas — às vezes apenas sutilmente reescritos.

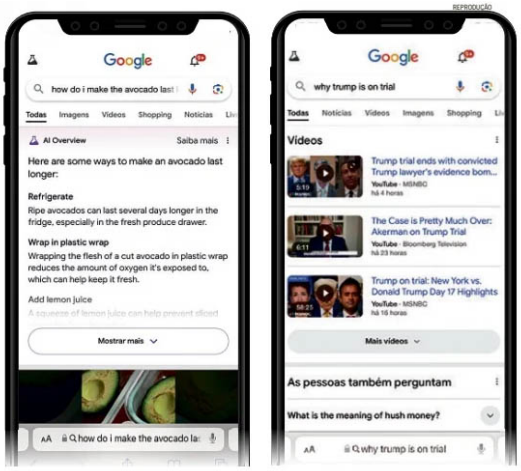
REMUNERAÇÃO DE CONTEÚDO

Testes feitos pelo GLOBO com a nova busca do Google nos EUA (*leia mais abaixo*) mostram um exemplo disso. Questionado sobre "como identificar se uma pessoa mente", o AI Overviews abre o resumo com a resposta de um profissional de saúde cuja entrevista foi feita por um portal jornalístico. A ferramenta não dava o crédito ao portal.

Há buscas sem links na primeira tela de resultado, como em um resumo sobre "como fazer um abacate durar mais". Em outra, sobre "por que Trump está sendo julgado", a tela inicial traz links para o YouTube, que pertence ao Google. Ao restringir a pesquisa a "Notícias", a busca sai da nova ferramenta, sendo exibida como antes.

Para Luciana Moherdaui, pesquisadora do Instituto de Estudos Avançados (IEA) da USP, a grande preocupação da imprensa internacional é com a violação de direitos autorais e a queda no tráfego dos veículos jornalísticos. Ela defende que as plataformas remunerem empresas de jornalismo pelo dano potencialmente causado a seus negócios.

Perguntado sobre essas preocupações, o Google explicou em nota que, com o AI Overviews, "as pessoas podem visitar uma maior diversidade de sites para obter ajuda com perguntas mais complexas". E que os links incluídos nos resumos "recebem mais cliques do que se a página fosse exibida como um resultado de busca tradicional para a mesma consulta", diz. E afirma que "continuaremos a nos concentrar a enviar tráfego valioso para sites e criadores de conteúdo."



Mudou. A nova busca traz resumo sem links na primeira tela (à esquerda) ou restringe atalhos para notícias (à direita)

Veículo: Impresso -> Jornal -> Jornal O Globo - Rio de Janeiro/RJ

Seção: Economia **Pagina:** 18

Copyright © Clipclap 2025.