PALCO

CENTRE STAGE

DIA	LISBOA
10 NOV 2026	11:25

NO PROGRAMA AI: your new news editor?

A IA PODE EDITAR, MAS NÃO PODE SER O EDITOR

Para a Reuters, o agente de IA é cliente; para o Le Monde, é canal de assinatura. A linha que ninguém cruza é publicar sem uma pessoa responsável.

Paul Bascobert
REUTERS NEWS
Presidente da Reuters desde setembro de 2022, responde ao CEO da Thomson Reuters, Steve Hasker, e tem a editora-chefe Alessandr...

Julie Pace
ASSOCIATED PRESS
Vice-presidente sênior e editora-executiva da Associated Press desde 1º de setembro de 2021, a principal jornalista da agência.

Louis Dreyfus
LE MONDE
Presidente do diretório (CEO) do Grupo Le Monde desde dezembro de 2010.

Chung-Yan Chow
SOUTH CHINA MORNING POST
Editor-chefe do South China Morning Post desde 2025, quando Tammy Tam passou a publisher numa reestruturação anunciada pel...

EM 30 SEGUNDOS

1. No Le Monde, quem chega pelo ChatGPT assina muito mais que quem vem do Google ou do Facebook: o resumo da IA virou aperitivo.
2. A Reuters já vende notícia a agentes de IA e mira empresas que usam informação em tempo real para decidir, por exemplo, a rota de um caminhão.
3. Para as redações menores, que não chegam à mesa das empresas de IA, o palco dividiu a saída: lei na Europa, tribunal nos EUA, nicho no mercado.

Para a Reuters, o agente de IA é um cliente novo. Para o Le Monde, é o canal que mais traz assinante: quem chega pelo ChatGPT assina 13 vezes mais que quem vem da busca do Google. Paul Bascobert (presidente da Reuters), Julie Pace (editora-executiva da AP) e Louis Dreyfus (CEO do Le Monde) debateram o tema num painel mediado por Chung-Yan Chow, editor-chefe do South China Morning Post. E concordaram num limite: a máquina ajuda a fazer o jornal, mas quem assina é uma pessoa.

01

O AGENTE É UM CLIENTE QUE COMPRA NOTÍCIA PARA DECIDIR

Bascobert vê o agente de IA como um cliente empresarial, não como um intruso. A Reuters publica 5.000 matérias por dia, além de milhares de fotos e horas de vídeo. Aos veículos clientes, já oferece uma interface MCP: um padrão que deixa o agente consultar esse acervo direto e encontrar mais rápido o material para montar uma reportagem.

O mercado maior, para ele, está fora da mídia. No exemplo que deu, alguém na General Motors que criou um agente para definir a rota dos caminhões vai querer da Reuters um fluxo de notícias em tempo real, em que confie totalmente, sobre risco geopolítico e preço de matérias-primas. É com essa informação que o agente decide entre navio ou caminhão, esta ou aquela estrada. **Ali, a notícia deixa de ser leitura e vira base de decisão.**

Pace recusa o dilema entre servir jornais ou agentes: "não é uma escolha de um ou outro, é de um e outro". As agências sempre atenderam jornais, TVs e rádios do mundo inteiro, cada um com interesses próprios. Para ela, isso as prepara para um cliente que às vezes quer o mesmo que a mídia e às vezes não.

NÚMEROS DA PALESTRA

13 vezes
conversão em assinatura do leitor vindo do ChatGPT vs. busca do Google, Le Monde

260 vezes
conversão do leitor vindo do ChatGPT vs. Google Discover, Le Monde

75%
da receita do Le Monde vem dos leitores

25%
da receita de licenças de IA vai aos jornalistas do Le Monde

5.000 matérias
publicadas por dia pela Reuters, que agentes podem consultar

02

PARA O LE MONDE, O RESUMO DA IA É O APERITIVO DA ASSINATURA

Dreyfus diz que o agente resolve o problema da distribuição. O leitor que chega porque o Le Monde foi citado numa resposta do ChatGPT, ou apareceu num link dela, assina 26 vezes mais que o que vem do Facebook e 260 vezes mais que o do Google Discover. Para ele, **o resumo funciona como um aperitivo**: quem lê o Le Monde não para no resumo, quer o texto longo.

Dreyfus nega perda de assinantes por causa da IA: a base continua crescendo. A queda de audiência, diz, veio da mudança no algoritmo do Discover, não da IA. As licenças de vários anos com empresas de IA ajudam a explicar, segundo ele, por que o Le Monde é o único diário nacional francês lucrativo. Um quarto dessa receita vai para os jornalistas.

Sobre o leitor jovem, de atenção curta, cada um propôs uma saída. Dreyfus quer o jornal citado nas plataformas desse público, para trazê-lo ao app em alguns anos. Pace propõe pôr cada formato à prova: "essa matéria precisa ser tão longa?". Bascobert foi mais longe: "Sou parte do problema. Não tenho atenção para terminar a maioria dos artigos", e pediu textos mais curtos.

NO LE MONDE, QUEM VEM DO CHATGPT ASSINA MUITO MAIS

03

QUEM ASSINA RESPONDE PELO ERRO

Para Dreyfus, o risco está na autoria. O Le Monde quer treinar toda a redação em IA e, ao mesmo tempo, deixar claro o que é proibido. Ele lembrou o caso de um livro francês, cotado para grandes prêmios literários, que foi descoberto como escrito por IA: foi o fim da carreira do autor. Para ele, um jornal que vive de assinante corre o mesmo risco.

Bascobert aceita a IA processando o que o repórter apura, desde que haja um dono. Na Reuters, nenhum texto sai sem um nome ao lado, e esse nome responde pelo conteúdo. **Quem usa ferramenta de IA responde também pelo erro dela.** Pace acrescenta o que a máquina não cobre: o editor que percebe que um repórter em zona de conflito precisa de uma pausa ou de mais recursos.

Os riscos que eles admitem são internos. Bascobert perde o sono com o Open Arena, onde repórteres da Reuters criam os próprios agentes. Um deles montou um robô que coleta e manipula dados de um site do governo, e Bascobert teve de perguntar ao time de tecnologia se alguém sabia disso: havia risco de ataque digital e de violar os termos de uso do site. Pace teme que as camadas de IA afastem o jornalista do público e daquilo que o confunde.

A MÁQUINA AJUDA, A PESSOA RESPONDE

O QUE A IA PODE FAZER	O QUE FICA COM A PESSOA
Editar Ajusta e processa o texto	**Assinar** Nenhum texto sai sem um nome
Analisar Trabalha sobre o que o repórter apurou	**Responder pelo erro** Inclusive o erro da ferramenta
Buscar no acervo Agente acha material mais rápido	**Cuidar da equipe** Ver quem precisa de pausa ou recursos

04

QUEM PAGA AS REDAÇÕES PEQUENAS: LEI, TRIBUNAL OU MERCADO

Dreyfus admite que seu modelo não se repete em toda parte. Nas empresas de IA, quem negocia licenças são duas ou três pessoas no mundo inteiro, e elas só atendem os grandes. Por isso ele quer que a Comissão Europeia obrigue todos, inclusive a francesa Mistral AI, a fechar acordos. Sobre a regra francesa, que considera fraca: "Ela não me proíbe de assinar acordos, então eu assino."

Pace aposta nos tribunais: nos Estados Unidos, o futuro das licenças para a mídia e outros criadores será decidido pelas cortes, e ela espera que protejam a propriedade intelectual de editores grandes e pequenos.

Bascobert respondeu com o mercado: vem aí uma era de empreendedorismo no jornalismo, porque **a IA derruba os custos e facilita a distribuição**. O conselho dele aos jovens é encontrar um nicho em que sejam muito bons; a audiência aparece.

> **Aceito a IA editando. Não aceito a IA sendo o editor. Aceito que ela analise, mas não que seja a analista.**
>
> PAUL BASCOBERT

PARA LEVAR

1. **Trate o agente de IA como canal de venda, não só como ameaça: o cliente que ele indica pode chegar mais decidido.**
2. **Antes de culpar a IA pela queda de visitas, confira outras causas: no Le Monde, a culpa era do algoritmo do Google.**
3. **Descubra quais agentes os funcionários já criaram por conta própria e quais sites eles consultam.**

TRÊS ÂNGULOS PARA AS EMPRESAS

ESTRATÉGIA
O exemplo da Reuters mostra que o mesmo ativo pode ser vendido duas vezes: como leitura para pessoas e como base de decisão para agentes. Quem tem dado próprio (preço, estoque, laudo, histórico de vendas) precisa saber que decisão de que agente esse dado alimenta e cobrar pelo uso, não pela visita.

TECNOLOGIA
O Open Arena mostra o agente criado na ponta: útil e invisível para quem cuida de segurança e contratos. O risco não é a ferramenta, é ninguém saber o que ela faz em nome da empresa. A regra do nome responsável vale também aqui: cada agente interno precisa de um dono.

PESSOAS
Ao repassar parte da receita de licenças de IA aos jornalistas, Dreyfus põe quem produz o conteúdo do mesmo lado de quem o vende. Empresas que vão licenciar o conhecimento de equipes técnicas ou comerciais podem usar a mesma lógica para evitar resistência interna.

CONTRAPONTO

Os múltiplos de conversão do Le Monde vieram sem a base: não se sabe sobre quantos leitores foram medidos.

Dreyfus também não deu valor nem prazo das licenças que, segundo ele, sustentam o lucro, e admite que só um ou dois veículos por mercado têm acesso a esses acordos. Bascobert defendeu a venda a agentes de empresas com um exemplo hipotético, sem cliente, preço ou receita.

E a regra do nome responsável funciona quando há uma pessoa por matéria; com agentes tratando milhares de itens por dia, a cadeia de responsabilidade fica difícil de conferir.

LEITURA FFX

O painel muda a pergunta de quem tem informação para vender: não é se o agente vai ler o seu conteúdo, é por onde ele entra.

Há três portas: a raspagem gratuita, a licença negociada ou o acesso pago por consulta, como o da Reuters. No Brasil, a licença ficou com os grandes: o Estadão cedeu ao Gemini, do Google, só o noticiário factual, sem colunas de opinião (Meio & Mensagem, 2025), e a América Latina inteira soma seis dos cerca de 230 acordos públicos entre mídia e empresas de IA (RSF, 2026).

Enquanto isso, um em cada quatro veículos digitais associados à Ajor perdeu mais de 20% da audiência em 2025 (Agência Brasil, 2026). Quem tem dado próprio, do jornal ao varejista com catálogo e preço, precisa decidir já o que licencia e quanto cobra por consulta, antes que o agente entre pela porta da raspagem.

RETRATO DA EMPRESA

REUTERS, AP E LE MONDE

Duas das maiores agências de notícias do mundo, que vendem conteúdo a outros veículos, e o principal grupo de jornais da França, que vive de assinatura digital e de licenças com OpenAI, Perplexity e Meta.

Reuters: agência fundada em 1851 em Londres, hoje parte do grupo canadense Thomson Reuters (Wikipédia)

AP: cooperativa sem fins lucrativos fundada em 1846 em Nova York, controlada pelos jornais e emissoras associados (Wikipédia)

Le Monde: 680 mil assinantes no início de 2026, 580 mil digitais; o digital foi 52% da receita em 2025 (Press Gazette, abril de 2026)

Le Monde: assinaturas só digitais renderam cerca de US$ 81 milhões em 2025, contra custo estimado de US$ 92 milhões da redação de 570 pessoas (Press Gazette, abril de 2026)

Le Monde: primeiro veículo francês a fechar acordo com a OpenAI, em março de 2024 (Wikipédia)

PROVOCAÇÃO FFX

SE O SEU CLIENTE DESCOBRISSE QUE NINGUÉM NA SUA EMPRESA ESCREVEU O QUE ELE LÊ, ELE CONTINUARIA COMPRANDO?

FONTES

1. Press Gazette: Le Monde CEO urges publishers to sign AI partnerships
2. Louis Dreyfus (homme de médias) (Wikipédia)
3. Meio & Mensagem: Jornais brasileiros se dividem diante do avanço da IA (dezembro de 2025)
4. RSF: O mundo da mídia segundo a IA, 71% dos acordos firmados por empresas de IA são feitos com meios ocidentais de língua inglesa (setembro de 2026)
5. Agência Brasil (via Acessa.com): Avanço da IA corrói financiamento do jornalismo profissional no Brasil (agosto de 2026)
6. Thomson Reuters: Executive team (Paul Bascobert)
7. SCMP: Chow Chung-yan, perfil e artigos
8. Reuters (Wikipédia)
9. Associated Press (Wikipédia)