

6

RÁDIO GAÚCHA E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: POTENCIALIDADES E DESAFIOS NA ROTINA PRODUTIVA

*Guilherme Maia
Leandro Olegário*

Introdução

O cenário contemporâneo do rádio expandido, caracterizado pela multiplicidade de plataformas e convergência midiática (Kischinhevsky, 2016), apresenta novos desafios e oportunidades para as rotinas produtivas radiofônicas. A incorporação da inteligência artificial (IA) emerge como elemento transformador dos processos comunicacionais, alterando substancialmente as práticas jornalísticas e as dinâmicas de produção radiofônica (Marconi, 2020). No contexto do Rio Grande do Sul, estado com forte tradição radiofônica (Ferraretto, 2015), observa-se um movimento gradual de adaptação às tecnologias emergentes. A reconfiguração do fazer radiojornalístico (Lopez, 2010) soma-se às transformações tecnológicas e culturais que impactam diretamente na síntese noticiosa (Olegário, 2016), criando um ambiente propício para inovações nos processos produtivos. Este horizonte se intensifica com a emergência do rádio hipermidiático (Lopez, 2010) e as novas formas de distribuição e consumo de conteúdo sonoro (Prata, 2009) também foram transformadas pela IA. O uso de plataformas de streaming e podcasts, que se tornaram populares, exige que as emissoras adaptem suas estratégias de conteúdo. A personalização de experiências auditivas, por meio de recomendações inteligentes e análise de dados de audiência, é uma tendência crescente que pode aumentar o engajamento dos ouvintes.

Dessa maneira, as mudanças estruturais no jornalismo (Pereira e Adghirni, 2011) e o processo de midiaticização da sociedade (Hjarvard, 2014) contribuem para um ecossistema midiático cada vez mais complexo, onde a inteligência artificial surge como potencial facilitador das rotinas produtivas, entre outras implicações, especialmente no contexto do jornalismo pós-industrial (Anderson, Bell e Shirky, 2013).

Observa-se que as emissoras de rádio gaúchas, atuando em diferentes níveis de abrangência — local, regional e nacional — estão, de maneira gradual, incorporando ferramentas de inteligência artificial em suas rotinas produtivas. Este fenômeno reflete uma adaptação às demandas contemporâneas. Por isso, se estabelece como pergunta de pesquisa: Como as emissoras de rádio gaúchas, em diferentes níveis de abrangência (local, regional e nacional), estão incorporando ferramentas de inteligência artificial em suas rotinas produtivas e quais são as potencialidades ainda inexploradas neste cenário?

De modo a responder tal questionamento, a investigação fundamenta-se em um quadro teórico multidisciplinar que contempla os estudos de rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), convergência midiática (Jenkins, 2009, 2014) e jornalismo automatizado (Marconi, 2020). O conceito de midiaticização (Hjarvard, 2014) auxilia na compreensão das transformações tecnológicas no ambiente radiofônico, enquanto as reflexões sobre jornalismo pós-industrial (Anderson, Bell e Shirky, 2013) e radiomorfose (Prata, 2009) sustentam a análise das mudanças estruturais no fazer radiofônico. Assim sendo, este estudo reside em uma observação aprofundada dos sistemas operacionais da Rádio Gaúcha, complementada por entrevista com a gestão da emissora, o que permitiu uma compreensão contextualizada e interna, somada aos conceitos teóricos anteriormente apresentados. A escolha da emissora se dá pela relevância nacional em radiojornalismo somada à liderança de audiência

consecutiva nos últimos dez anos na Grande Porto Alegre, onde, segundo levantamento mais recente, que abrange os meses de dezembro de 2024 e fevereiro de 2025, a Gaúcha registrou média de 56,5 mil pessoas por minuto e alcançou cerca de um milhão de ouvintes somente na Grande Porto Alegre, conforme pesquisa do Kantar IBOPE.

Radiojornalismo e Inteligência Artificial

Conforme Meditsch (2001), a noção inicial de radiojornalismo associava-se a um processo de ampliação e transformação do próprio campo jornalístico, sendo compreendido como um rádio informativo que assumia o papel de instituição social, dotada de características específicas que o diferenciavam tanto no universo da mídia quanto no âmbito do rádio. Já para Santos (2013), o radiojornalismo deve ser entendido como uma prática voltada à difusão de informações em formato sonoro, em múltiplas plataformas, incorporando elementos que antes eram exclusivos de outros meios de comunicação.

O fato é que, desde as suas origens, o radiojornalismo caracteriza-se por um processo contínuo de adaptação às transformações tecnológicas e sociais. A evolução do meio não se deu de forma linear, mas por meio da incorporação de inovações que moldaram e remodelaram suas práticas e narrativas. As características do rádio foram “descobertas, moldadas, aperfeiçoadas de acordo com o desenvolvimento de todo o processo de instalação, consolidação e transformações sofridas pela radiofonia” (Zuculoto, 2013, p. 22-23). Essa perspectiva evidencia a natureza dinâmica do rádio, permanentemente em reconstrução.

A consolidação do radiojornalismo também está vinculada à sua capacidade de sobreviver frente a outras mídias. Com o advento da

televisão, por exemplo, o rádio encontrou no jornalismo uma saída estratégica para sua permanência no ecossistema midiático. Gomes (2017) ressalta que o radiojornalismo se desenvolveu como uma resposta ao surgimento de meios concorrentes, descobrindo técnicas de aprimoramento e de obtenção de informações mais ágeis, práticas e credíveis. Assim, a informação radiofônica se tornou uma opção irremediável para a manutenção da relevância do veículo.

O desenvolvimento da internet acelerou esse processo de reinvenção, alterando rotinas de produção, circulação de conteúdos e experiências de escuta. Del Bianco (2011, p. 107) observa que o radiojornalismo brasileiro passou por sucessivas adequações que envolveram “um processo de remodelagem de linguagem, formato e processo produtivo influenciado pelas mutações das técnicas de produção e dos valores que incidem sobre a construção da noticiabilidade”. Esse movimento demonstrou como o rádio, longe de estagnar, se reconfigurou diante de novos cenários comunicacionais.

Esse movimento, como salienta Bertoncello (2019), conduz o radiojornalismo brasileiro a uma nova fase de transformações em seu desenvolvimento. Tal etapa, segundo o autor, é marcada pela lógica da convergência, direcionada à ocupação de espaços virtuais que, até então, permaneciam pouco explorados (Bertoncello, 2019).

No cenário contemporâneo, portanto, o rádio não pode mais ser entendido em sua concepção tradicional. Medeiros e Prata (2021) apontam que o meio se configura como expandido e hipermidiático, isto é, atravessado pela convergência de suportes e pela ampliação de formatos. Para Lopez (2009), o radiojornalismo, no contexto da convergência midiática, pode assumir uma configuração hipermidiática, ao integrar recursos tecnológicos do ambiente digital tanto na etapa de produção quanto na circulação de seus conteúdos.

Ainda segundo a autora, pensar o radiojornalismo hoje implica então considerar as novas estruturas narrativas que emergem desses suportes, capazes de gerar formas híbridas de produção e de escuta. O rádio atual, portanto, é multimodal e integrado a outras linguagens midiáticas, constituindo-se como rádio expandido (Lopez, 2009).

A renovação é intrínseca ao jornalismo, encontra-se em permanente adaptação às tecnologias disponíveis. Barbosa, Chacarski e Bianchi (2025) observam que as técnicas jornalísticas são moldadas pelas transformações tecnológicas da sociedade, o que inclui inovações recentes como a inteligência artificial (IA). Entre os efeitos positivos desse processo, as autoras destacam o barateamento dos custos de produção, a dinamicidade dos formatos e a possibilidade de utilizar a IA como ferramenta auxiliar em imagens, áudios e recursos audiovisuais.

A inteligência artificial baseia-se em algoritmos que orientam softwares a partir de instruções lógicas, permitindo a utilização adequada de hardwares (De Moraes; Branco, 2023). Em termos práticos, corresponde a processos que simulam atividades cognitivas humanas, como aprender, raciocinar, reconhecer padrões e tomar decisões. Bodén (2020), por sua vez, complementa que a IA tem dois objetivos principais: um tecnológico, que visa usar computadores para fazer coisas úteis, e outro científico, que busca responder perguntas sobre os seres humanos e outros seres vivos. Essa dupla dimensão mostra que a IA vai além de sua aplicação prática, constituindo-se também como campo epistemológico.

A presença da inteligência artificial (IA) no jornalismo tem se intensificado de forma significativa nos últimos anos. De acordo com conteúdo publicado pela Rede Globo (2025)¹, a tecnologia tem promovido

¹ Jornalismo e IA: o que está em debate? Comportamentos emergentes. Disponível em: <https://gente.globo.com/texto-jornalismo-e-ia-o-que-esta-em-debate/>. Acesso em: 20 Ago. 2025.

novas formas de produção, distribuição e consumo de notícias, impactando diretamente as rotinas de trabalho nas redações. Entre os usos mais recorrentes, destacam-se a automação de processos, a análise de grandes volumes de dados e a personalização de conteúdos. Tais aplicações têm transformado a dinâmica produtiva do jornalismo contemporâneo, tornando-a mais ágil, orientada por dados e integrada a sistemas de monitoramento e recomendação automatizados.

Na perspectiva de Zandomênic (2022), a utilização da inteligência artificial no jornalismo altera profundamente os fluxos de produção e de distribuição das notícias no ambiente digital. O autor observa que a automação introduz uma nova etapa no processo de construção e circulação da informação, ampliando os desafios relacionados à autoria, à mediação e à credibilidade das notícias. Nesse sentido, ressalta que “se já era importante pesquisar a relação das notícias on-line, redigidas por humanos, com a disseminação do conhecimento, a automação da escrita por IAs apresenta-se, no mínimo, como um subcapítulo desse processo” (2022, p. 28).

Nesse contexto, Santos e Ceron (2022) identificam sete subcampos da inteligência artificial relevantes para o jornalismo: (1) aprendizado de máquina; (2) visão computacional; (3) reconhecimento de fala; (4) processamento de linguagem natural; (5) planejamento, programação e otimização; (6) sistemas especialistas; e (7) robótica. Cada um desses domínios, conforme explicam os autores, possui aplicações específicas, mas todos se complementam e influenciam diretamente a interação entre humanos e máquinas. O aprendizado de máquina, por exemplo, está associado à análise preditiva; a visão computacional, ao reconhecimento de imagens; e o processamento de linguagem natural, a sistemas como o ChatGPT, capazes de manipular textos e diálogos (Santos e Ceron, 2022).

Embora destaque-se por seus benefícios, a IA também apresenta dilemas éticos e riscos. Barbosa, Chacarski e Bianchi (2025) alertam para o uso indevido da tecnologia como ferramenta de desinformação por amadores ou atores mal-intencionados. Já Santos, Soares e Oliveira (2024) citam que a parceria entre humanos e máquinas exige transparência, sob pena de comprometer a originalidade e a credibilidade das notícias.

Diante desse cenário, conclui-se que o radiojornalismo vive, assim como em décadas passadas, um momento de transição. As tecnologias de IA representam uma oportunidade de aprimorar rotinas produtivas, mas também um desafio ético e cultural. A essência da apuração jornalística, com seu caráter crítico e humano, permanece indispensável, indicando que o uso responsável da inteligência artificial deve ser orientado por valores editoriais sólidos, garantindo que a tecnologia funcione como aliada do jornalismo e não como substituta de sua credibilidade.

Rádio Gaúcha: liderança no rádio gaúcho

A tradição e a liderança consolidaram a Rádio Gaúcha como uma das principais emissoras do país ao longo de quase um século de atuação. Fundada em 1927 sob o nome de Rádio Sociedade Gaúcha (Ferraretto, 2002), a emissora foi adquirida em 1957 por Maurício Sirotsky Sobrinho e Arnaldo Ballvé, tornando-se um dos pilares na formação do Grupo RBS, ampliando sua presença regional e consolidando-se como marca fortemente vinculada ao jornalismo e ao esporte (Grupo RBS, 2025).

A emissora se destaca por sua capacidade de adaptação a diferentes períodos do rádio brasileiro. A década de 1990, por exemplo, marca um

divisor de águas com a criação da Rede Gaúcha SAT, inaugurada em 1994, que passou a distribuir a programação da Gaúcha via satélite (Grupo RBS, 2025). A presença regional da Gaúcha é sustentada por frequências em diversas cidades. Em Porto Alegre, a emissora opera em 93,7 FM, mas mantém ainda estúdios e transmissões em Santa Maria, Caxias do Sul e outras localidades, garantindo capilaridade e proximidade com diferentes públicos. Esse modelo reforça a lógica de um rádio que, embora centralizado em uma marca forte, mantém diálogo direto com realidades locais, ampliando sua relevância jornalística e cultural (GaúchaZH, 2025).

O público da Gaúcha é formado majoritariamente por ouvintes das classes A, B e C, abrangendo uma faixa etária que vai dos 35 anos até 60+, o que evidencia a diversidade de perfis atraídos por sua programação. Essa composição reflete tanto a credibilidade jornalística da emissora quanto a tradição esportiva que acompanha a identidade do rádio gaúcho (GaúchaZH, 2025).

Em termos de audiência, a Rádio Gaúcha atingiu um marco expressivo em 2025: completou dez anos consecutivos como líder absoluta no rádio da Grande Porto Alegre. Segundo dados da Kantar IBOPE Media, a emissora registrou média de 56,5 mil ouvintes por minuto, alcançando cerca de 1,1 milhão de ouvintes únicos por mês em um mercado altamente competitivo. Tal resultado não apenas reafirma sua posição de destaque, mas também atesta a força do rádio como meio de comunicação relevante, mesmo em um cenário de crescente digitalização (GaúchaZH, 2025).

Outro aspecto importante é a integração da Gaúcha ao ecossistema digital do Grupo RBS. Desde a criação do portal GZH, em 2017, a emissora passou a operar em lógica de convergência, com transmissões ao vivo pelo YouTube, presença em podcasts e inserção em aplicativos

móveis. Em 2024, por exemplo, o canal da Gaúcha no YouTube alcançou 17,2 milhões de visualizações, com aumento superior a 100% em relação ao ano anterior, evidenciando a expansão de sua audiência também em plataformas digitais (GaúchaZH, 2025).

Conforme ressalta Gamba (2018, p. 13), a emissora “tem se caracterizado por efetivar significativas mudanças, nos últimos anos — tanto em sua programação, quanto em suas plataformas digitais”. Essa modernização tecnológica, portanto, não apagou sua essência histórica, mas sim fortaleceu a marca como referência em jornalismo multiplataforma. A emissora exemplifica o modelo de *rádio expandido* (Kischinhevsky, 2016), em que o áudio deixa de ser o único formato para dar lugar a interações em vídeo, texto e redes sociais. A fidelização de seu público, portanto, decorre da combinação entre tradição radiofônica e inovação digital.

A trajetória da Rádio Gaúcha demonstra a resiliência do meio radiofônico no Brasil. A emissora não apenas sobreviveu a diferentes ondas tecnológicas, mas soube reinventar-se em sintonia com as demandas sociais e culturais do público. Sua liderança de audiência por uma década consecutiva confirma que o rádio segue como um espaço de credibilidade e confiança, capaz de unir tradição e inovação em um cenário midiático fragmentado e competitivo.

Estratégia metodológica

A metodologia deste artigo ancora-se no estudo de caso (Yin, 2015), privilegiando uma abordagem qualitativa com observação sistemática e revisão bibliográfica. O protocolo metodológico incorpora ainda as contribuições de Pereira e Adghirni (2011) sobre mudanças estruturais no jornalismo e as perspectivas de Salaverría (2014) acerca da inovação

em meios digitais. Já a revisão bibliográfica contempla as bases de dados científicas nacionais e internacionais, com recorte temporal dos últimos cinco anos, focando nas intersecções entre radiojornalismo, IA e processos produtivos. O corpus da pesquisa constitui-se da observação sistemática da Rádio Gaúcha e sua rotina produtiva, por meio acompanhamento da programação entre 04 e 15 de agosto de 2025, através da plataforma YouTube da emissora, em turnos alternados. A perspectiva de sistemas operacionais e fluxos de trabalho internos da rádio foi captada a partir da entrevista com a gerente de Jornalismo da emissora, Andressa Xavier.

Trata-se de um estudo qualitativo que emprega a técnica de entrevista estruturada como principal método de coleta de dados, além da observação sistemática da emissora e sua rotina produtiva. No caso da entrevista, optou-se por um roteiro rígido, elaborado com o objetivo de obter informações específicas e pontuais. De acordo com Rosa e Arnoldi (2008), esse tipo de instrumento exige a formulação prévia de questões padronizadas, organizadas em sequência lógica e redigidas em linguagem sistematizada, geralmente de caráter fechado. Tal configuração busca garantir respostas curtas e objetivas sobre fatos, comportamentos, valores e crenças, embora possa, em alguns casos, limitar o alcance dos resultados, em função da própria estrutura a que se destina. Já em relação à observação sistemática, Gil (1999, p. 114) salienta que implica em “[...] estabelecer, antecipadamente, as categorias necessárias à análise da situação [...]”. Isso significa que o pesquisador deve realizar um estudo exploratório prévio sobre o fenômeno investigado, de modo a definir claramente os aspectos que serão analisados em profundidade. A técnica exige que haja uma aceitação do investigador pelo grupo observado, garantindo que a coleta

de informações se desenvolva de forma legítima e que os resultados reflitam de maneira fidedigna a realidade em estudo.

A participante selecionada para a investigação foi a gerente de Jornalismo da rádio Gaúcha, Andressa Xavier. Ela ingressou na emissora como estagiária em 2008. Dez anos depois assumiu a função de editora-chefe da emissora e, em abril de 2022, passou a ocupar o posto máximo da rádio. A entrevista foi conduzida em 12 de agosto de 2025 por meio de um aplicativo de mensagens, estratégia que permitiu flexibilidade e registro detalhado das respostas. O roteiro da entrevista teve o objetivo de compreender de forma abrangente a percepção da gestão da Rádio Gaúcha sobre o uso de tecnologias digitais, com ênfase especial na aplicabilidade de ferramentas de inteligência artificial à rotina produtiva do radiojornalismo. As questões abordam não apenas a aplicação atual da IA na rotina da emissora, mas também suas perspectivas futuras, impactos na qualidade e agilidade da produção jornalística, potenciais benefícios e desafios, bem como barreiras técnicas e culturais que possam influenciar a adoção dessas tecnologias. Com isso, o roteiro consistiu nas seguintes questões elaborada pelos autores:

1. Como você percebe o atual uso de tecnologias digitais na Rádio Gaúcha, especialmente em relação a ferramentas que envolvem inteligência artificial? Há alguma aplicação que você destaque?
2. De que forma você acredita que a inteligência artificial pode influenciar a agilidade e a qualidade da apuração e produção jornalística na Rádio Gaúcha, caso já não influencie?
3. Quais potenciais benefícios e desafios você destaca que a adoção de IA traz (ou pode trazer) para a rotina de produção do jornalismo da Rádio Gaúcha?
4. Existe algum tipo de resistência ou barreira técnica e cultural dentro da rádio que possa influenciar a incorporação de tecnologias como a inteligência artificial? Como isso é encarado?

5. Na sua visão, caso a utilize (ou venha a utilizar), como a Rádio Gaúcha pode equilibrar a utilização de novas tecnologias, como a IA, com a manutenção da qualidade editorial, ética jornalística e o contato humano tão característico do rádio?

Quanto à escolha de uma profissional em posição de gestão, justifica-se pelo seu papel estratégico na definição de diretrizes e na supervisão das implementações tecnológicas na emissora. Sua visão oferece uma perspectiva privilegiada sobre como as decisões relacionadas à adoção de novas ferramentas, incluindo a inteligência artificial, são tomadas e integradas à rotina de produção jornalística, garantindo que a inovação caminhe lado a lado com a manutenção da identidade editorial e da qualidade do conteúdo transmitido ao público.

O rádio do futuro: IA e a emissora

A programação da Rádio Gaúcha constitui um dos principais elementos de sua identidade editorial e de sua conexão com o público. Estruturada em blocos voltados ao jornalismo e ao esporte, a grade reflete a tradição da emissora em oferecer conteúdo de qualidade aliado à agilidade informativa. Essa combinação, que equilibra análise aprofundada e cobertura em tempo real, atende tanto às demandas de ouvintes que buscam atualização constante quanto àqueles que valorizam o espaço de debate e interpretação dos acontecimentos. A diversidade de programas demonstra, ainda, a estratégia de manter presença ativa ao longo de toda a jornada do ouvinte, consolidando a Gaúcha como uma marca de referência em diferentes faixas horárias (Tabela 1)

Tabela 1 – Grade 2025 da rádio Gaúcha

Horário	Programa	Segmento
00:00	Esporte e Cia	Esporte
03:00	Madrugada Gaúcha	Jornalismo e esporte
05:00	Gaúcha Hoje	Jornalismo
08:00	Correspondente Gaúcha	Jornalismo
08:10	Gaúcha Atualidade	Jornalismo
10:00	Timeline Gaúcha	Jornalismo
11:00	Chamada Geral 1ª Edição	Jornalismo
12:00	Esportes ao Meio-Dia	Esporte
12:50	Correspondente Gaúcha	Jornalismo
13:00	Sala de Redação	Esporte
15:00	Gaúcha +	Jornalismo
16:30	Chamada Geral 2ª Edição	Jornalismo
17:30	Hoje nos Esportes	Esporte
18:50	Correspondente Gaúcha	Jornalismo
19:00	Sem Filtro NO AR!	Jornalismo e esporte
20:00	Show dos Esportes	Esporte
22:00	Estúdio Gaúcha	Esporte

Fonte: programação rádio Gaúcha, 2025

A programação analisada evidencia uma estratégia editorial estruturada de forma a alternar blocos de jornalismo e esportes, atendendo a diferentes perfis de ouvintes ao longo do dia. Os horários matinais concentram programas jornalísticos, como *Gaúcha Hoje* e *Correspondente Gaúcha*, voltados ao público que busca informações rápidas e confiáveis para iniciar o dia. Essa organização reflete o conhecimento do comportamento da audiência, que valoriza a atualização constante e a cobertura aprofundada dos fatos. No período do meio-dia e da tarde, a grade passa a mesclar esporte e jornalismo, por meio de programas como *Esportes ao Meio-Dia* e *Sala de Redação*, que combinam informação, análise e entretenimento.

Nos horários de maior audiência, sobretudo à noite, mantém-se a diversidade de conteúdos com programas como *Sem Filtro NO AR!* e *Show dos Esportes*, voltados à integração entre notícias e esportes. A presença de formatos curtos, como *Chamadas Gerais*, assegura a oferta de

atualizações rápidas e objetivas, enquanto os programas de maior duração privilegiam análises aprofundadas e interação com o público. Essa alternância entre formatos e segmentos demonstra uma política editorial voltada à fidelização da audiência e à manutenção da relevância da emissora em diferentes faixas horárias.

Nesse contexto, a percepção inicial da gestora entrevistada revela um cenário de uso efetivo da inteligência artificial (IA) em múltiplas frentes da emissora. A Rádio Gaúcha não apenas experimenta, mas já incorporou ferramentas de IA em suas rotinas cotidianas. A menção a recursos amplamente acessíveis, como o *ChatGPT* e ferramentas correlatas, indica que a democratização do acesso às tecnologias tem impulsionado sua adoção inicial. A existência de um grupo corporativo dedicado à IA, responsável por buscar soluções específicas para as diferentes áreas da empresa, reforça essa orientação estratégica. Além disso, a organização de *squads* (equipes multidisciplinares) voltadas à identificação e resolução de desafios técnicos e operacionais evidencia uma abordagem colaborativa e estruturada para a implementação de soluções baseadas em inteligência artificial, indo além do uso individual e espontâneo de ferramentas genéricas.

Observa-se ainda que Andressa é enfática ao afirmar que a IA já está “agilizando muito os processos”. Contudo, ela estabelece uma distinção crucial entre agilidade processual e a essência da apuração jornalística. Para ela, a IA não deverá “mudar a apuração, ao menos, não neste momento. Esse trabalho humano é ainda importantíssimo e indispensável”. Percepção que reflete um entendimento predominante no campo do jornalismo de que a fase de investigação e verificação dos fatos, que exige criticidade, intuição e contato humano. Em contrapartida, a IA se mostra valiosa no suporte à produção, como “ajudar a melhorar texto, até a produzir texto com base na apuração da

redação, a fazer diferentes versões dependendo do veículo em que o texto será utilizado”. O que aponta para a tecnologia como um catalisador de eficiência na recontextualização e adaptação de conteúdo, otimizando a distribuição multiplataforma.

Os benefícios percebidos pela Rádio Gaúcha são claros, principalmente, no que tange à otimização da textualidade e visibilidade do conteúdo. Andressa destaca “ajustes e edição de textos feitos para *print* ou digital em formato rádio, ajuste em manchetes, edição de títulos para SEO (Search Engine Optimization) e análise de dados. Tais aplicações demonstram o potencial da IA para aprimorar a qualidade do conteúdo, aumentar seu alcance e fornecer reforços operacionais, liberando os jornalistas para tarefas mais complexas e criativas. No entanto, a implementação da IA não está isenta de desafios, como a “barreira cultural” sendo a mais proeminente. A gestora aponta para o “medo de perder o emprego, vergonha de dizer que usou, medo de ser dispensável”. A resistência por parte dos profissionais é encarada “com naturalidade” pela direção, no entanto, a gestora sublinha a necessidade de uma gestão de mudanças eficazes, que desmistifique o papel da IA e enfatize seu caráter de ferramenta de apoio. A premissa de que “a equipe precisa entender que ninguém vai perder o emprego para IA, mas para alguém que saiba usar a tecnologia” é uma poderosa mensagem pedagógica, que reposiciona a ameaça como uma oportunidade de requalificação profissional.

Afora a questão cultural, o desafio ético surge como um ponto central. Andressa observa que a IA “não tem limites éticos”, o que remete à discussão global sobre vieses algorítmicos, desinformação e a responsabilidade final pelo conteúdo gerado. A “supervisão humana é essencial”, garantindo que o produto final esteja alinhado aos padrões de credibilidade e ética da emissora. A Rádio Gaúcha, na visão de sua

gestora, busca um equilíbrio delicado. A manutenção da “qualidade editorial, ética jornalística e o contato humano tão característico do rádio” é vista como intrínseca à utilização da IA. Implica que a tecnologia não deve suplantiar, mas sim complementar e aprimorar a prática jornalística. A ênfase na “apuração como a alma do jornalismo” e a necessidade de “pessoas” para realizá-la reforçam que a IA como ferramenta e não um substituto para a curadoria, análise crítica e empatia inerentes à profissão. A questão ética, “a maior discussão sobre IA no mundo”, orienta a diretriz de que “a IA deve nos ajudar, mas temos que olhar o resultado e dizer se colocamos nosso nome e credibilidade em jogo por aquele conteúdo”. Essa postura evidencia um compromisso com a responsabilidade e a autoria humana no jornalismo, mesmo em um cenário de crescente automação.

A observação sistêmica da emissora sugere que a Rádio Gaúcha está em um estágio de adoção consciente e estratégica da IA. Embora os benefícios em termos de agilidade e otimização de texto sejam evidentes, a emissora demonstra clareza sobre os limites da tecnologia, especialmente no que tange à apuração e à dimensão ética do jornalismo. O desafio reside em superar as barreiras culturais internas, educando a equipe sobre o papel da IA como potencializador de talentos humanos, e em manter uma vigilância ética constante, assegurando que a tecnologia sirva à credibilidade e aos valores do radiojornalismo, e não o contrário. O caso da Rádio Gaúcha abre espaço para o amadurecimento da tecnologia nas rotinas produtivas, ao mesmo tempo que confronta a aparente inércia de emissoras concorrentes que ainda não institucionalizaram e nem disciplinaram o uso IA nas suas atividades rotineiras.

Considerações finais

A presente análise da integração da Inteligência Artificial no radiojornalismo da Rádio Gaúcha, permitiu identificar um cenário de níveis distintos de implementação tecnológica. Observou-se a utilização das ferramentas de IA para otimização de rotinas produtivas, como o suporte na edição e ajuste de textos para diferentes plataformas, a curadoria de manchetes e a otimização para SEO, bem como a análise de dados. Tais aplicações, ainda que básicas em comparação com o potencial da tecnologia, já demonstram uma contribuição significativa para a agilidade dos processos e a eficiência operacional na produção de conteúdo radiofônico.

Nesse percurso, destaca-se que a Rádio Gaúcha se encontra em um estágio de adoção consciente e estratégica da IA, caracterizado pelo uso criterioso das ferramentas disponíveis, pela clareza em relação aos limites éticos da tecnologia e pela valorização da apuração jornalística como núcleo de sua identidade editorial. Essa postura diferencia a emissora em um cenário em que muitas organizações ainda hesitam ou experimentam a IA de forma pontual, sem integrá-la a uma visão institucional.

Por outro lado, este estudo também revelou um vasto campo de potencialidades ainda inexploradas. A IA pode ir além da automação de tarefas básicas, adentrando áreas como a personalização de conteúdo em tempo real, capaz de criar experiências de escuta mais envolventes e relevantes para os ouvintes; a análise preditiva de tendências de audiência, oferecendo direcionamentos estratégicos para o planejamento de programação e o desenvolvimento comercial; e a automação de processos de edição sonora, que pode liberar recursos humanos para funções mais criativas e estratégicas. A capacidade de

adaptação rápida às preferências mutáveis do público, impulsionada por essas tecnologias, torna-se um diferencial competitivo em um cenário midiático dinâmico.

Para sustentar e ampliar esse processo, recomenda-se a implementação de medidas práticas que consolidem o equilíbrio entre inovação tecnológica e responsabilidade jornalística. Entre elas estão: (1) a capacitação contínua de jornalistas e técnicos, de modo que compreendam as potencialidades e limites da IA; (2) a gestão cultural da inovação, que reduza resistências internas e reposicione a tecnologia como ferramenta de apoio; (3) a transparência editorial sobre o uso da IA nos processos produtivos, reforçando a credibilidade junto ao público; e (4) a criação de uma governança de IA, com protocolos claros sobre ética, privacidade e responsabilidade no tratamento da informação.

Afinal, a integração da ferramenta no ambiente radiofônico não se restringe ao aspecto técnico; ela se manifesta como um desafio cultural complexo. Limitações orçamentárias e as inerentes resistências corporativas são barreiras significativas. Superá-las exige um investimento contínuo na capacitação profissional, ressaltando que a IA deve ser vista como um aliado que potencializa as habilidades humanas, e não um substituto. A reconfiguração das relações entre produtores, repórteres, apresentadores e ouvintes, impulsionada pela personalização e pela recomendação algorítmica, também suscita a necessidade de um diálogo contínuo sobre questões éticas e de privacidade, que devem ser cuidadosamente consideradas na formulação das estratégias de adoção tecnológica.

Dessa forma, a experiência da Rádio Gaúcha mostra que a incorporação da inteligência artificial no radiojornalismo não deve ser compreendida apenas como um recurso técnico, mas como parte de

uma estratégia de inovação sustentável. O futuro do rádio, portanto, dependerá da capacidade das emissoras de conjugar tecnologia e humanização, garantindo que a IA funcione como um instrumento de fortalecimento da prática jornalística, e não como uma ameaça à sua essência crítica, ética e social.

Por fim, a pesquisa reitera que a trajetória do rádio brasileiro, exemplificada pela emissora gaúcha, é de constante adaptação e inovação. A utilização de ferramentas de IA representa uma oportunidade para transformar as rotinas produtivas e enriquecer a experiência do ouvinte. O compromisso com a qualidade editorial, a ética jornalística e a diversidade no conteúdo produzido devem permanecer, garantindo que a essência do rádio como meio de comunicação, com seu contato humano característico e sua credibilidade, continue a ressoar e a ser relevante em um mundo crescentemente digitalizado.

Referências

- ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 5, p. 30-89, 2013.
- BARBOSA, L.; CHACARSKI, D.; BIANCHI, G. Ferramentas de IA como alternativas ao trabalho jornalístico: reflexões sobre o processo de produção do podcast 'A Ditadura Recontada'. **Ação Midiática**, n. 30, jul/dez 2025 Curitiba. PPGCOM – UFPR.
- BERTONCELLO, M. N. **A convergência no radiojornalismo: uma análise das transmissões da rádio Jovem Pan de São Paulo através do facebook**. 2019. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.
- BODEN, M. **A Inteligência Artificial: uma brevíssima introdução**. Tradução de Fernando Santos. São Paulo: Editora Unesp, 2020.
- DE MORAIS, F. D. B.; BRANCO, V. R. C. **A Inteligência Artificial: conceitos, aplicações e controvérsias**. 2023.

DEL BIANCO, N. As transformações técnicas na produção do radiojornalismo e os valores-notícias: jornalismo de rádio: referencial histórico. In: MOREIRA, Sonia Virgínia (Org.). **70 Anos de Radiojornalismo no Brasil 1941-2011**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.

DEUZE, M.; WITSCHGE, T. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. **Journalism**, v. 19, n. 2, p. 165-181, 2018.

FERRARETTO, L. A. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

GAÚCHAZH. Rádio Gaúcha completa 10 anos como líder de audiência na Grande Porto Alegre. **GaúchaZH**, 11.03.2025. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2025/03/radio-gaucha-completa-10-anos-como-lider-de-audiencia-na-grande-porto-alegre-cm84mnvhk00fi0151gt9xt1e5.html>. Acesso em: 20 Ago. 2025.

GAMBA, F. P. **A readaptação do rádio a partir da internet: uma análise dos modelos da BBC e da Rádio Gaúcha**. 2018. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

GOMES, A. L. **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal, RN : EDUFRRN, 2017.

GRUPO RBS. Gaúcha, a tua voz. **Grupo RBS**, 2025. Disponível em: <https://www.gruporbs.com.br/nossas-marcas/6/gaucha>

MAIA, G.; OLIVEIRA; Moura, F. Projetando a tecnologia 5G: reflexões a partir da filosofia do jornalismo. **Anais** 33º Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação - Compós, 2024, Niterói/RJ.

MEDEIROS, R.; PRATA, N. “Liguei o rádio pra conferir se era verdade”: a credibilidade do radiojornalismo local em tempos de fake news. **Intexto**, n. 52, p. 98044-98044, 2021.

HARARI, Y. N. **Nexus: uma breve história de las redes de información desde la Edad de Piedra hasta la IA**. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, 2024

HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

- JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.
- KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- LOPEZ, D. C. Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação. **Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2009. p. 2009.
- LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: LabCom Books, 2010.
- MARCONI, F. **Newsmakers: artificial intelligence and the future of journalism**. New York: Columbia University Press, 2020.
- MEDITSCH, E. **O Rádio na Era da Informação**. Florianópolis: Insular, 2001.
- OLEGARIO, L. **Radiojornalismo e Síntese Noticiosa**. Porto Alegre: Metamorfose, 2016.
- OLEGARIO, L.; MAIA, G. Os impactos do 5G no telejornalismo regional. **Reverte - Revista de Estudos e Reflexões Tecnológicas da Fatec Indaiatuba**, v. 21, p. 5-23, 2024.
- ROSA, M. V. F. P. C.; ARNOLDI, M. A. G. C. **A entrevista na pesquisa qualitativa: Mecanismos para a validação dos resultados**. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2008.
- SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. (org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom Books, 2014.
- SANTOS, G. P. **A mudança nas rotinas de produção do radiojornalismo a partir do uso do Twitter: o caso da Rádio Gaúcha**. Dissertação de Mestrado, Porto Alegre, PUCRS, 2013.
- SANTOS, M. F. L.; CERON, W. Inteligência Artificial na Mídia de Notícias: Percepções Atuais e Perspectivas Futuras. **Journalism and Media**, 3, 2022, 13-26. Disponível em: <<https://doi.org/10.3390/journalmedia301002>>.

SANTOS, M. C. D.; SOARES, C. C. N.; OLIVEIRA, J. P. B.G. **Inteligência Artificial Generativa e Jornalismo: Análise Preliminar do Uso da IAG No Meio Jornalístico e Suas Consequências**. 2024.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 24, p. 38-57, 2011.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

ZANDOMÊNICO, R. Inteligência Artificial e Jornalismo: implicações na redação de notícias e na aquisição do conhecimento. **Pauta Geral**, v. 9, n. 2, p. 1, 2022.

ZUCULOTO, V. R. M. Características do rádio e seus impactos no jornalismo radiofônico: iniciando um resgate histórico - da radiofonia pioneira à atualidade. **Anais XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2013.

Jornalismo Sonoro e Inteligência Artificial

Inovação, impacto, riscos e dilemas éticos



Organizadores
Nelia Del Bianco
Alvaro Bufarah



JORNALISMO SONORO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL



SÉRIE Comunicação, Jornalismo & Educação

DIRETOR DA SÉRIE

Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças Porto Junior

Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

COMITÊ EDITORIAL E CIENTÍFICO

Prof. Dr. João Nunes da Silva

Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Luis Carlos Martins de Almeida Mota

Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal

Prof. Dr. Nelson Russo de Moraes

UNESP - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Brasil

Prof. Dr. Rodrigo Barbosa e Silva

Universidade do Tocantins (UNITINS), Brasil

Prof. Dr. Rogério Christofoletti

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Brasil

Prof. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista

Universidade de Caxias do Sul: Universidade Federal do Amazonas, Brasil

Profa. Dra. Thais de Mendonça Jorge

Universidade de Brasília (UnB), Brasil

Profa. Dra. Verônica Dantas Menezes

Universidade Federal do Tocantins (UFT), Brasil

Prof. Dr. Fagno da Silva Soares

CLIO & MNEMÓSINE Centro de Estudos e Pesq. em História Oral e Memória
Instituto Federal do Maranhão (IFMA)

Dr. Luís Francisco Munaro

Universidade Federal de Roraima (UFRR)

Dr. José Manuel Peláez

Universidade do Minho, Portugal

Prof. Dr. Geraldo da Silva Gomes

Centro de Estudos e Aperfeiçoamento Funcional do
Ministério Público do Tocantins, CESAF/MPTO

JORNALISMO SONORO E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

INOVAÇÃO, IMPACTO, RISCOS E DILEMAS ÉTICOS

Organizadores
Nelia Del Bianco
Alvaro Bufarah



Diagramação: Marcelo Alves

Capa: Gabrielle do Carmo



A Editora Fi segue orientação da política de distribuição e compartilhamento da Creative Commons Atribuição-Compartilhual 4.0 Internacional https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.

Este livro recebeu apoio do Programa de Apoio à Pós-Graduação (PROAP/CAPES), por meio do Edital PPGCOM/UnB nº 12/2025, voltado ao fomento de projetos científicos de docentes do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

J82 Jornalismo sonoro e inteligência artificial: inovação, impacto, riscos e dilemas éticos [recurso eletrônico] / Nelia Del Bianco e Alvaro Bufarah (orgs.). – Cachoeirinha : Fi, 2026.

303p.

ISBN 978-65-5272-238-6

DOI 10.22350/9786552722386

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Comunicação – Jornalismo sonoro – Inteligência artificial. I. Bianco, Nelia Del. II. Bufarah, Alvaro.

CDU 654.16:004.8

Catalogação na publicação: Mônica Ballejo Canto – CRB 10/1023