

**Possibilidades e limites do uso da Inteligência Artificial
em reportagens radiofônicas ao vivo**

*Possibilities and limits of using Artificial Intelligence
in live news reporting on radio*

Adriana Maria DONINI¹

Resumo

Este artigo aborda possibilidades e limites do uso de Inteligência Artificial (IA) em reportagens radiofônicas ao vivo a partir de revisão de literatura da área e resultados de um questionário aplicado a 12 profissionais de emissoras de três estados brasileiros. Entre as potencialidades das ferramentas de IA, destacam-se a agilidade na busca de informações, o apoio à preparação de coberturas e a sugestão de enfoques e perguntas. Como limites, há risco de desinformação, superficialidade, viés algorítmico, violações de direitos autorais e possíveis impactos na credibilidade e interação com o público. Os resultados empíricos apontam que a maioria dos participantes não utiliza IA nas rotinas produtivas e que, entre os que fazem uso, prevalece o emprego na apuração e elaboração de pauta. Também se evidenciou cautela no emprego de recursos pelos respondentes do questionário.

Palavras-chave: Rádio. Jornalismo sonoro. Inteligência Artificial.

Abstract

This article examines the possibilities and limitations of using artificial intelligence (AI) in live radio news reporting, based on a review of the relevant literature and the results of a questionnaire conducted with 12 professionals from broadcasting stations in three Brazilian states. Among the potential benefits of AI tools are increased speed in searching for information, support for coverage preparation, and the suggestion of reporting angles and interview questions. The limitations include the risk of misinformation, superficiality, algorithmic bias, copyright violations, and potential impacts on credibility and audience interaction. Empirical results indicate that most participants do not use AI in their news production routines and that, among those who do, its use predominates in information gathering and story planning. The findings also indicate a cautious approach among respondents regarding the use of these technologies.

Keywords: Radio. Audio journalism. Artificial Intelligence.

¹ Mestra em Comunicação pela Unesp. E-mail: dridonini@gmail.com

Introdução

A reportagem ao vivo é uma modalidade que se destaca no jornalismo sonoro em decorrência de suas peculiaridades. Ao longo dos anos, o desenvolvimento tecnológico favoreceu o aprimoramento desse gênero.

Os equipamentos pesados utilizados nas transmissões nos primórdios do rádio cederam lugar a recursos portáteis, o que garantiu maior agilidade e mobilidade às coberturas. Tecnologias adotadas nas transmissões a partir da década de 1990, como o uso do celular e da internet, geraram alterações tanto no campo do emissor quanto do receptor. Profissionais começaram a desempenhar um papel multimídia e o público a interagir de modo diferenciado com as emissoras e entre si.

Nos últimos anos, um novo elemento passou a integrar a rotina de produção jornalística: a Inteligência Artificial (IA). Há recursos e experiências relacionados a essa inovação que podem ser empregados em diversas etapas da produção radiofônica, como locução, elaboração de pautas, redação de roteiros e simulações de coberturas.

Estudos e relatórios recentes (Momentum, 2025; Reuters, 2025; Diakopoulos *et al.*, 2024; Especial [...], 2024; Avilés Rodilla; Venier, 2023; Ufarte-Ruiz, Múrcia-Verdú; Túñes-Lopez, 2023; Wan-Ifra, 2023) têm apontado o crescimento desse fenômeno em empresas de comunicação de diferentes segmentos, incluindo a mídia sonora.

Mas quais são as potencialidades e os limites do uso de IA em reportagens ao vivo no jornalismo sonoro e a percepção de seu emprego nas rotinas produtivas por profissionais que atuam na área? É essa abordagem que este artigo visa incluir nas discussões referentes ao tema.

Para tal, são apresentados estudos recentes sobre a utilização e a perspectiva do uso da IA no jornalismo, possibilidades e desafios dessa inovação, tendo como base a literatura da área, e resultados de um questionário estruturado, respondido por 12 profissionais atuantes em emissoras de três estados brasileiros.

Emprego da Inteligência Artificial no jornalismo sonoro

Atualmente, observa-se um novo movimento na comunicação sonora, impulsionado pela incorporação de tecnologias computacionais associadas à IA. Essa

integração acontece, em especial, pelo uso da IA generativa para criação de conteúdos, a qual tem avançado rapidamente.

Os GPTs consistem em Grandes Modelos de Linguagem (LLMs), que equivalem a modelos de IA treinados com vasta quantidade de informações disponibilizadas on-line. No processamento de informações diversas, como textos, imagens, sons e vídeos, esses modelos utilizam aprendizado profundo e geram conteúdo a partir dos padrões dos dados originais com os quais são alimentados e retroalimentados (Linares, 2024; Franganillo, 2023; Avilés Rodilla; Venier, 2023).

No caso dos *chatbots*, o perfil do usuário e o modo como os *prompts* (comandos) são elaborados influenciam nas respostas. Há plataformas que trazem resultados mais satisfatórios para cada tipo de utilização (texto, som, imagem).

Alguns estudos têm demonstrado como está o emprego desse avanço tecnológico em empresas de comunicação. Um deles é o relatório intitulado “Jornalimos e Inteligência Artificial - Impacto para publishers brasileiros” publicado pela *Momentum - Journalism and Tech Task* com o objetivo de analisar o impacto das tecnologias digitais no Brasil e que teve a participação de representantes de 13 empresas e associações jornalísticas. O documento revelou que:

Todos os entrevistados apontam que ela já está presente no cotidiano, seja nos processos editoriais e/ou nos negócios das empresas de jornalismo do país. Para todos os atores entrevistados, não há um caminho de volta (Momentum, 2024, p. 8)

Outra investigação denominada “A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros” produzida pelo grupo de pesquisa Tecnologias, Processos e Narrativas Midiáticas do Curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), de São Paulo, contou com entrevistas de 423 jornalistas, sendo que 14 (3,3%) atuam em mídia sonora. A maioria dos participantes (86,5%) disse conhecer a IA. Quanto à utilização especificamente por jornalistas de mídia sonora, 35,7% afirmaram que utilizam esse recurso tecnológico no trabalho (Especial [...], 2025).

Potencialidades e limites do uso de IA em reportagens ao vivo

Sobre a potencialidade dessa inovação, Yaguana Romero, Arrobo-Agila e Jaramillo (2022, p. 12) salientam que: “A produção sonora em IA ganha espaço e se

projeta em ser um dos recursos mais fortes para a indústria sonora que acompanha múltiplos produtos”² (tradução própria).

Em questionário aplicado a profissionais de Jornalismo por Diakopoulos *et al.* (2024), obteve-se como resultado que 21,8% dos 174 participantes indicaram a falta de supervisão humana como uma das principais preocupações referentes a IA generativa. Em relação ao processo nos meios de comunicação, Franganillo (2023, p. 2) observa que:

[...] esta tecnologia pode facilitar o trabalho dos profissionais de mídia, fornecendo-lhes ferramentas que lhes permitam gerar conteúdo de forma rápida e eficiente. No entanto, também pode acarretar riscos à originalidade, qualidade e veracidade do conteúdo, ao facilitar a manipulação e a falsificação³ (tradução própria).

A Carta de Paris, publicada em 10 de novembro de 2023 pela Repórteres Sem Fronteiras, contém 10 princípios relacionados a meios de comunicação e IA. O documento reconhece o potencial das inovações tecnológicas no processo de informação, mas também destaca os desafios. Entre os critérios que, segundo a Carta, devem ser respeitados na adoção dos recursos de IA estão: veracidade, precisão, justiça, imparcialidade, independência, não dano, não discriminação, responsabilidade, respeito à privacidade e ao sigilo das fontes. Ainda é citado que: “a tomada de decisão humana deve permanecer central tanto nas estratégias de longo prazo como nas escolhas editoriais diárias” (Repórteres Sem Fronteiras, 2023, p. 1).

Apesar de mudanças tecnológicas que interferem nos modos de produção no jornalismo sonoro, há etapas e características que precisam ser preservadas. Existem critérios éticos e corporativos que perpassam o trabalho jornalístico. Entre eles estão: interesse social e coletivo da informação; seleção de fontes e preservação do anonimato delas, quando necessário; apuração adequada antes da veiculação de uma informação;

² No original: “En la producción sonora la IA gana espacio y se proyecta en ser uno de los recursos más fuertes para la industria del sonido que acompaña a múltiples productos”. Yaguana Romero, Arrobo-Agila e Jaramillo (2022, p. 12).

³ No original: “[...] esta tecnología puede facilitar el trabajo de los profesionales del sector mediático, al ofrecerles herramientas que les permitan generar contenido de forma rápida y eficiente. Sin embargo, también puede entrañar riesgos para la originalidad, la calidad y la veracidad de los contenidos, al facilitar la manipulación y la falsificación”. Franganillo (2023, p. 2).

escuta de todos os envolvidos em um episódio; apresentação de várias perspectivas de um assunto (pluralidade de ideias); e não exposição indevida das pessoas retratadas.

Assim, tendo por base as diretrizes profissionais no radiojornalismo, os recursos disponíveis e a literatura da área serão destacados, a seguir, possíveis potencialidades e limites da IA em reportagens ao vivo.

Pauta

A IA pode contribuir como complemento à elaboração de pautas. O Manual da Associação de Jornalismo Digital direcionado a profissionais destaca que:

A IA pode ser bom apoio para o jornalista no levantamento de informações iniciais e na definição de ângulos para reportagens. O ChatGPT, por exemplo, pode sugerir perguntas para uma entrevista, ângulos ou insights para pautas complexas. Cabe ao jornalista (sempre) ajustar e refinar as sugestões feitas pelas ferramentas (Ajour, 2024, p. 9).

Ainda sobre a aplicação nesse tipo de tarefa, Laia, Bravin, Guimarães e Morais (2024, p. 8) apontam recursos que reduzem o tempo de realização de algumas tarefas:

Resumo de textos ou documentos longos, em diferentes línguas, ajudando a entender melhor pesquisas ou processos, acelerando o trabalho de produção das pautas;

Criação de perguntas para entrevistas, em um processo de cocriação com o jornalista, uma vez que o *chat* pode modelar novas perguntas com base naquelas iniciais, com o incremento do processamento de uma série de dados — aos quais não temos acesso — sobre o assunto, com informações e contextos que podem aprimorar o trabalho do jornalista.

Algumas ferramentas permitem identificar temas com maior propensão a se sobressair em curto período, com base no monitoramento de interesses do público e da mídia. Há também recursos para analisar tendências de postagens em redes sociais e outros canais e, assim, identificar informações com potencial para ganhar destaque.

Apuração preliminar dos fatos

Existem recursos de IA que podem ser utilizados para reunir informações em curso e contribuir para atualização durante a cobertura, colaborando para o imediatismo do radiojornalismo. Isso representa um apoio importante no trabalho do produtor no levantamento de informações, desde que sejam combinados com checagem dos profissionais.

Redação de roteiro

Embora o improviso seja característico da reportagem ao vivo, a IA pode ser utilizada para auxiliar na redação de roteiros e na preparação das coberturas. Relatório da *Associated Press*, de 2024, por exemplo, identificou que a criação de conteúdo em texto foi uma das três tarefas mais mencionadas por jornalistas quando questionados sobre em quais atividades gostariam de utilizar IA.

Localização de fontes

A busca por indicação de fontes recomendadas para cada abordagem é outra possibilidade. A partir dos dados gerados, o profissional verifica a pertinência e consistência das indicações.

Falta de aprofundamento e contextualização

Conforme exposto anteriormente, a formação profissional em Jornalismo contempla valores essenciais à prática profissional, entre elas, ouvir todas as partes envolvidas, aprofundamento das temáticas e visão crítica sobre as abordagens. A automatização de informações tende a resultar em superficialidade aos conteúdos e falta de contextualização nos enfoques — sendo, portanto, um fator limitante nesse sentido.

Notícias falsas

A IA generativa pode apresentar uma falha denominada de alucinação, que é quando gera conteúdos descontextualizados ou errôneos. Quando a mídia utiliza dados equivocados — que costumam ser repercutidos e amplificados pelas redes sociais —, ocorre um processo de desinformação com potencial para impactar a sociedade sob diversos aspectos. A respeito desse risco, Ribeiro e Alzamora (2023, p. 14) citam que:

A inteligência artificial, geralmente associada a algoritmos que executam funções complexas de modo autônomo, potencializa os efeitos sociais da desinformação porque possibilita a criação automatizada de conteúdos enganosos ou distorcidos em texto escrito, áudio e vídeos. Por sua vez, esse conteúdo potencialmente danoso encontra, nas plataformas de redes sociais digitais, um ambiente fértil

para replicação, tornando o fenômeno da desinformação ainda mais preocupante, tendo em vista a capilaridade dessas redes.

Desse modo, no cenário atual das ferramentas de IA generativa, essa distorção está entre os aspectos que trazem desafios.

Violação à legislação de direitos autorais

A propriedade intelectual e o descumprimento de legislação de direitos autorais são preocupações na utilização de conteúdos gerados por IA, como aponta Couraceiro *et al.* (2025, p. 21):

A apropriação de conteúdos protegidos por direitos autorais, por parte de modelos de inteligência artificial generativa, como ChatGPT, Gemini ou LLaMA, suscita consideráveis preocupações econômicas, legais e éticas. Tais modelos são treinados com grandes volumes de dados (textos, fotografias, vídeos, áudios entre outros), alguns dos quais protegidos por direitos de autor, sem a permissão explícita dos detentores desses direitos.

Organizações como a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e Ajor subscreveram nota que solicitava aos senadores a aprovação do Projeto de Lei nº 2338/2023, o qual dispõe sobre o uso de IA, de modo a garantir que sejam contemplados direitos autorais e relativos à informação.

Viés

A OpenAI declara que os modelos que alimentam o ChatGPT têm por base informações disponíveis publicamente na internet, conteúdos informados por terceiros por meio de parcerias e dados fornecidos ou gerados pelos usuários, treinadores humanos e pesquisadores (OpenAI, 2025). A empresa expõe que: “[...] aplicamos filtros para remover materiais com os quais não queremos que nossos modelos aprendam, como discurso de ódio, conteúdo adulto, sites que agregam informações pessoais e spam” (p. 3 local).

Apesar dessa ressalva, pode haver enviesamento em conteúdos gerados, o que comprometeria o uso de informações no jornalismo. Sobre esse problema, Faleiro (2025, p. 15) cita que consiste em: “erros sistemáticos e reproduzíveis em um sistema de computador que criam resultados desiguais ou injustos, como privilegiar um grupo arbitrário de usuários em detrimento de outro”.

Menor interação com o público e perda de credibilidade

A trajetória do jornalismo sonoro sempre esteve marcada pela interação do meio com o público, por meio da elaboração de reportagens pautadas pelas demandas dos ouvintes, de telefonemas, do envio de mensagens, da participação via redes sociais. Com a introdução de vídeos nas transmissões, iniciou-se um novo modo de “aproximação”, e as pessoas passaram a ver, além de ouvir, os apresentadores. Nesse contexto, uma alteração profunda no processo de produção de conteúdos por meio de IA apresenta o risco de comprometer a interação com os receptores.

Estudos recentes já apontam desconfiança com relação à automatização de etapas, entre eles, o Levantamento da *Digital News Report*, do Instituto Reuters, realizado por meio de um questionário on-line aplicado no início de 2025, que contou com a participação de mais de 97 mil pessoas de 48 países, entre elas, 2000 do Brasil. A investigação apontou que 41% dos respondentes têm preferência por informações que contam com curadoria e apuração humanas em detrimento de conteúdos gerados de forma robotizada. O estudo foi conduzido pela empresa YouGov (Reuters Institute, 2025).

Percepções e usos de IA por profissionais que atuam em jornalismo sonoro ao vivo

Após apresentar as potencialidades e os limites da IA no jornalismo sonoro contextualizados pela literatura da área, será exposto estudo que teve como objetivo identificar as percepções e usos da IA pelos profissionais que atuam em reportagens de rádio ao vivo. O método utilizado na pesquisa foi de questionário com perguntas estruturadas. A respeito dessa ferramenta, Gil (2008, p. 121) explica que:

Pode-se definir questionário como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.

As perguntas do questionário deste estudo foram predominantemente fechadas, mas também havia perguntas abertas. Para a coleta dos dados, optou-se pelo *Google Forms*, plataforma gratuita e vinculada ao *Google Drive*. As respostas foram aceitas no período de 30 de maio a 15 de julho de 2025. No início do documento, constavam a finalidade da pesquisa e as informações referentes ao anonimato das respostas. Portanto,

não foram coletados nomes e nem e-mails dos profissionais. Antes de acessar as perguntas, era necessária a concordância com a participação e declaração de que o respondente compreendeu o objetivo do questionário.

Foram registradas 12 respostas. A divisão, por estados, das emissoras em que atuavam os participantes é a seguinte: a) São Paulo: Rádio Criativa, Rádio Cultura, Rádio Interativa, Rádio Integração FM, Rádio Municipalista de Botucatu, Rádio Paixão FM, Rádio Prever FM, Estação Notícia; b) Mato Grosso: Super Rádio Jornal FM de Cáceres; c) Santa Catarina: Rádio Jaraguá e Rádio 105 FM.

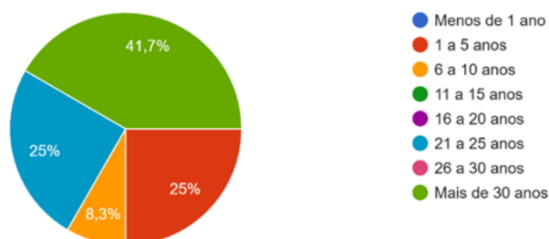
Alguns profissionais trabalhavam em mais de uma empresa de comunicação. Quanto à categoria delas, a maioria são emissoras comerciais, mas também houve participação de duas comunitárias e outra que transmite em um horário como uma *web rádio* e produz jornal veiculado em emissora comercial.

Nas alternativas do questionário, procurou-se obter informações relacionadas à reportagem ao vivo, portanto, de profissionais que atuavam em alguma das etapas desse formato. No entanto, não foi disponibilizada a opção de marcar mais de uma ocupação. Assim, subentende-se que o respondente optou pelo cargo que exercia predominantemente. Dos 12 respondentes, 10 disseram exercer a função de apresentador e 2 de produtor.

Na questão sobre o tempo de atuação em jornalismo ao vivo, obteve-se o seguinte retrato:

Gráfico 1 - Tempo de atuação

Há quanto tempo trabalha com jornalismo ao vivo?



Fonte: extraído do *Google Forms*.

Recursos adotados em reportagens ao vivo

Quanto aos recursos tecnológicos empregados em reportagens ao vivo pelas emissoras, as respostas foram: celular, computador, tablet; internet; softwares; aplicativos, *WhatsApp*, *Youtube*, rede social, plataformas digitais, *Vmix* para transmissão de áudio e vídeo e links.

Usos da inteligência artificial pela emissora e pelos profissionais

Em relação à pergunta “A emissora em que trabalha utiliza inteligência artificial?”, 7 profissionais responderam que não e 5 assinalaram a opção sim. Os que indicaram haver uso de IA, foram direcionados a expor a aplicação desse recurso em etapas envolvidas com reportagem ao vivo. O emprego nos processos de apuração e elaboração de pauta foi predominante, sendo apontado por 3 dos 5 respondentes dessa questão. As categorias “Apresentação”, “Reportagens” e “Outro” tiveram uma indicação cada. Nenhum dos profissionais selecionou a opção “Locução”. O participante que respondeu “Outro” especificou: “*Alguns jornalistas utilizam para pesquisa e aprimorar textos, criação de imagens ilustrativas*”.

Gráfico 2 – Etapas em que a Inteligência Artificial é aplicada pela emissora



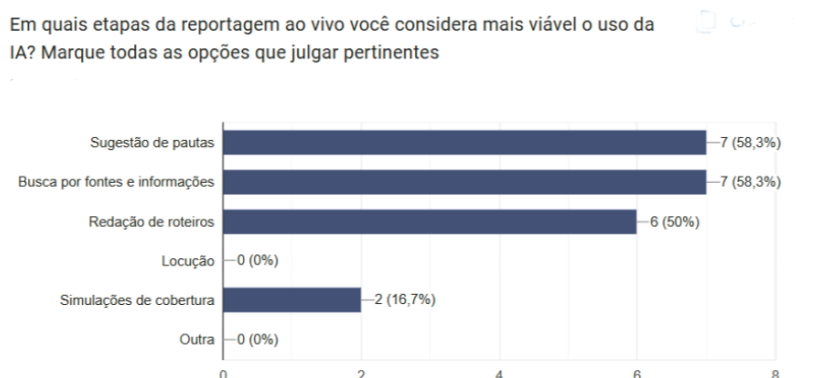
Fonte: Extraído do questionário aplicado na plataforma *Google Forms*.

Quanto ao uso de IA pelo profissional em alguma etapa de uma reportagem ao vivo, 8 disseram não ter empregado esse recurso e 4 afirmaram já ter utilizado. Entre os que fizeram uso, as plataformas a que recorreram foram Meta AI (2), ChatGPT (2) e Grok/X (1), enquanto um participante disse ter utilizado para “*busca de matérias atualizadas*”.

Percepção sobre a viabilidade e contribuição do uso de IA

A maioria dos profissionais, 7 dos 12 participantes, considera que ferramentas de IA são viáveis na sugestão de pauta e na busca por fontes e informações. O emprego na redação de roteiros foi apontado por 6 integrantes da pesquisa.

Gráfico 3 – Viabilidade de aplicação de IA



Fonte: Extraído do questionário aplicado na plataforma *Google Forms*

Quando questionados se a IA poderia contribuir para o aprimoramento do jornalismo ao vivo, 7 participantes responderam parcialmente, 4 que sim, e 1 discordou.

Percepção de riscos no emprego de IA

A preocupação com a veracidade da informação se sobressaiu em relação a riscos associados ao emprego de IA, sendo apontada por 10 participantes. O empobrecimento da linguagem, a perda de credibilidade e questões éticas também estiveram entre os

aspectos negativos predominantes na percepção dos respondentes. A preocupação com a substituição de profissionais foi mencionada por 5 profissionais.

Gráfico 4 – Percepção de riscos no uso de IA

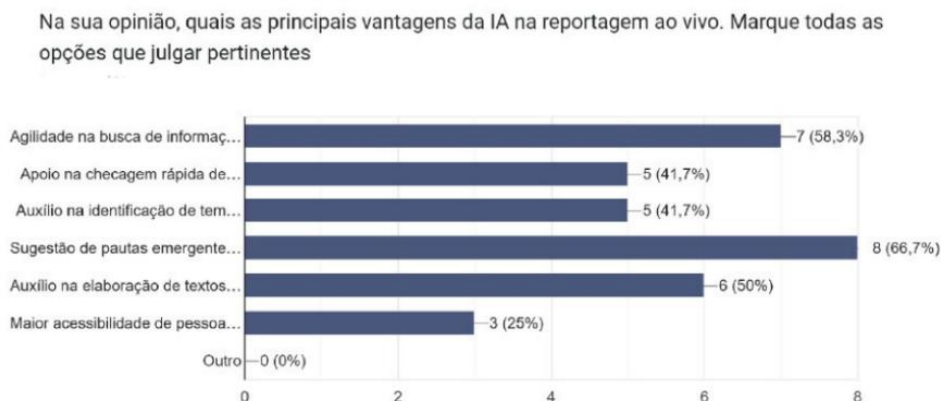


Fonte: Extraído do questionário aplicado na plataforma *Google Forms*.

Opinião sobre as vantagens na adoção de IA

A busca por pautas de assuntos emergentes se destacou na opinião dos participantes do estudo em relação à potencialidade do uso de IA em reportagens ao vivo, sendo indicada por 8 participantes. A agilidade na busca de informações e atualizações sobre os temas foi mencionada por 7 respondentes. Metade dos profissionais, 6 participantes, considerou como vantagem o auxílio na elaboração de textos para entradas ao vivo. O apoio à checagem rápida de dados durante a transmissão, a contribuição na identificação de temas em alta e o comportamento da audiência em tempo real foram assinalados por 5 respondentes.

Gráfico 5 – Percepção sobre vantagens na utilização de IA



Fonte: Extraído do questionário aplicado na plataforma *Google Forms*.

Normas da empresa e comentários adicionais

Havia uma questão sobre normas referentes à utilização de IA da empresa de comunicação em que o profissional atua. Apenas um participante apontou que as diretrizes da emissora estão em fase de elaboração.

Ao término do questionário, constava uma pergunta do tipo aberta, opcional, em que o profissional podia deixar algum comentário. As respostas obtidas foram: “*Devemos utilizar para o bem*” (P10), “*Além da IA, deve-se confirmar informações com outras fontes*” (P11) e “*A IA deve ser utilizada com muito cuidado, pois é uma ferramenta que pode auxiliar muito, mas ao mesmo tempo, se utilizada de maneira indevida, pode prejudicar a veracidade da informação*” (P12).

Discussão dos resultados

Embora se trate de uma amostra reduzida e não representativa da totalidade dos profissionais da área, os resultados obtidos permitiram um levantamento exploratório, que possibilitou identificar tendências, preocupações e possibilidades percebidas pelos participantes em relação ao uso de IA no jornalismo sonoro ao vivo. Também é uma investigação inédita em vários municípios abarcados pelo estudo.

Em relação ao emprego de IA pelos respondentes, o percentual identificado neste estudo, de 4 entre 12 profissionais, corresponde a aproximadamente 33%, portanto,

semelhante ao registrado na investigação “A Inteligência Artificial para Jornalistas Brasileiros”, realizada pelo grupo de pesquisa Tecnologias, Processos e Narrativas Midiáticas da ESPM, que foi de 35,7%, no que se refere ao jornalismo sonoro. No entanto, difere de dados dessa investigação e de outros estudos quando são contemplados diversos meios de comunicação. Nesses casos, as pesquisas têm como resultados índices maiores de utilização de ferramentas de IA.

Focando na empresa de comunicação em que o participante atua, 5 profissionais (aproximadamente 42%) indicaram que há uso de IA. Assim, foi possível identificar que nem todos os setores das emissoras participantes desse estudo exploram esse recurso.

Tendo em vista esses resultados, o número de emissoras participantes que se valem desse recurso nas rotinas produtivas ainda é reduzido. O emprego na sugestão de pautas, busca por fontes e informações, redação de roteiros, atualização sobre os assuntos, identificação de tendências de temas, acompanhamento do comportamento da audiência em tempo real e auxílio na elaboração de textos para entradas ao vivo foram as possibilidades de uso da IA consideradas mais viáveis e vantajosas pelos profissionais. Essas preferências demonstram o interesse em utilizar plataformas apenas como complemento auxiliar no trabalho, preservando etapas desempenhadas atualmente no jornalismo sonoro.

A maioria dos integrantes da pesquisa elaborada para este capítulo considerou que o emprego de automatização de conteúdos pode comprometer o conteúdo veiculado e, conseqüentemente, infringir aspectos éticos e profissionais, interferir na veracidade da informação e na credibilidade junto ao público. Esse posicionamento é defendido por Franganillo (2023, p. 12):

Outra limitação dos modelos de linguagem é que eles nem sempre são sustentados por fontes confiáveis ou evidências robustas, que determinam a veracidade ou solidez de um argumento. [...] Portanto, o rigor não é garantido, e o conteúdo gerado, que não é estritamente informativo, mas uma mera construção sintética, deve ser verificado com fontes confiáveis e especialistas na área⁴. (tradução própria)

⁴ No original: “Otra limitación de los modelos de lenguaje es que no siempre se apoyan en fuentes fiables o evidencias robustas, que son lo que determina la veracidad o la solidez de un argumento. [...] Por lo tanto, el rigor no está garantizado, y el contenido generado, que no es estrictamente información, sino una mera Construcción sintética, se debe contrastar con fuentes fiables y personas expertas en la materia”. Franganillo (2023, p. 12).

O risco de afetar o mercado de trabalho — bastante comum quando se discute o emprego de IA — não foi a principal apreensão. Para 5 dos 12 participantes (aproximadamente 42%) esse é um fator de apreensão, portanto, semelhante ao resultado obtido na pesquisa da Wan-Ifra (2023), em que 38% dos entrevistados mencionaram que a segurança no emprego era um dos receios.

Considerações finais

Este estudo, de caráter exploratório, possibilitou identificar a utilização de IA, incluindo potencialidades e limites a partir de revisão de literatura da área abordada, e a percepção e aplicabilidade dessa inovação por 12 profissionais de emissoras que atuam na área de jornalismo radiofônico ao vivo.

O período de atuação dos respondentes demonstra que muitos deles já vivenciaram várias etapas de inovações tecnológicas como profissionais. Considerando os que trabalham de 21 a 25 anos e há mais de 30 anos na área de jornalismo em rádio, tem-se o total de 8 participantes, o que equivale a cerca de 67%.

Por meio das respostas, constatou-se que a maioria não utiliza IA nas rotinas produtivas. Restringindo-se aos que usam, a maioria emprega na apuração/elaboração de pauta.

Quando questionados sobre quais etapas de uma reportagem ao vivo consideram o uso de IA mais viável, prevaleceram sugestões de pautas, busca por fontes e informações e redação de roteiros. Entre as vantagens indicadas pelos participantes, destacaram-se a identificação de assuntos emergentes, agilidade na busca de informações e auxílio na elaboração de textos. Em relação aos riscos, sobressaíram a preocupação com a veracidade de informações, o empobrecimento da linguagem, a perda da credibilidade e questões éticas.

O fato de a IA ainda ser pouco empregada pode ser compreendido por dois motivos principais. A utilização de plataformas generativas ainda é recente e, assim como ocorreu com outras tecnologias presentes ao longo da história do rádio, sua aplicação não deverá ocorrer de forma homogênea, mas sim implementada de modo gradativo. Outro aspecto a ser considerado é que grandes corporações desenvolvem plataformas direcionadas às suas atividades ou contratam serviços especializados. Já os recursos

gratuitos são limitados e, muitas vezes, inviáveis para o uso cotidiano. Assim, a utilização planejada de IA requer investimento das empresas de comunicação.

Com base nos aspectos profissionais e éticos e na literatura já produzida na área, ressalta-se que, no estágio atual das plataformas de IA generativa, é imprescindível a aplicação dos recursos apenas em algumas etapas, com supervisão e como complemento às atividades das equipes de jornalismo. Assim, é essencial seguir as premissas de checagem e não se buscar a praticidade e redução do quadro de profissionais em detrimento da qualidade e veracidade das informações.

Estudantes de jornalismo e profissionais recém-formados poderão, de modo gradativo, ter em suas formações elementos teóricos e práticos em relação à aplicação de IA. Porém, os profissionais que já estão no mercado há algum tempo necessitam de oportunidades de capacitação as quais contemplem abordagens sobre elaboração de *prompts* para obtenção de resultados mais precisos, proteção de dados, prevenção de enviesamentos, checagem de informações e atenção às chamadas “alucinações” geradas pelas ferramentas.

Sugere-se que futuras pesquisas acompanhem a evolução da integração da IA nas rotinas das emissoras, ampliem a amostragem e incluam também a perspectiva dos ouvintes, permitindo mapear como as transformações tecnológicas impactam as dinâmicas de produção, circulação e recepção no jornalismo radiofônico.

Referências

AJOR – Associação de Jornalismo Digital. **Guia de inteligência artificial para organizações jornalísticas**. Disponível em: https://ajor.org.br/wp-content/uploads/2024/12/AJOR_guia-ai_V2.pdf. Acesso em: 2 jul. 2025.

AVILÉS RODILLA, Claudio; VENIER, Emiliano. Rádio e inteligência artificial: uma sistematização e caracterização das aplicações e dos desempenhos. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, [S. l.], v. 22, n. 44, 2024. DOI: 10.55738/alaic.v22i44.1042. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1042>. Acesso em: 20 mai. 2025.

COURACEIRO, Paulo; PAISANA, Miguel; VASCONCELOS, Antônio; CARDOSO, Gustavo; BALDI, Vania. IA Generativa: Riscos e oportunidades para o jornalismo. **Publicações OberCom**. 2025. DOI: 10.5281/zenodo.14800938. Disponível em: https://www.obercom.pt/wp-content/uploads/2025/04/IAGen_Jornalismo_3Abr_PT.pdf. Acesso em: 3 jul. 2025.

DIAKOPOULOS, Nicholas; COOLS, Hanes; LI, Charlotte; HELBERGER, Natali; KUNG, Ernest; RINEHART, Aimee. **Generative AI in Journalism: The Evolution of Newswork and Ethics in a Generative Information Ecosystem**. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1rXruz2wQLAXmUtzm1B7IJCpxdWbOHijS/view>. Acesso em: jun. 2025.

ESPECIAL Dia do Jornalista. O imenso desafio de continuar transformando e mantendo a relevância do Jornalismo. **Jornalistas & Cia**. São Paulo, n. 1.456, 10 abr. 2024. Disponível em: <https://www.jornalistasecia.com.br/Jornalistasecia2024/1456/2/>. Acesso em: 25 ago. 2025.

FALEIRO, Felipe Reis. **Jornalismo na era da IA: limites e possibilidades da inteligência artificial generativa em veículos jornalísticos**. 2025. 128 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Escola de Comunicação, Arte e Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS), Porto Alegre, 2025. Disponível em: <https://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/11565/2/Dissertac%cc%a7a%cc%83o%20final%20Felipe%20Reis%20Faleiro.pdf>. Acesso em: 20 jun. 2025

FRANGANILLO, J. La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creacion de contenidos mediaticos. **Revista de Ciencias Sociales**, v. 11, n. 2, p. 1-17, 2023. DOI: <https://doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>. Disponível em: <https://www.methaodos.org/revista-methaodos/index.php/methaodos/article/view/710>. Acesso em 26 jun. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LAIA, Evandro, J. M.; BRAVIN, Adriana; GUIMARÃES, Lara Linhalis. Inteligência artificial e jornalismo: alianças possíveis para traduções além do humano. **Galáxia**, São Paulo, v. 49, p. 1-22, 2024. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-2553202466574>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/ZMqnP4gQmrqK3r8MMVNSMSx/>. Acesso em: 10 jul. 2025.

LINARES, César López. 15 conceitos para entender a IA no jornalismo – e os seus usos em redações. **LatAm Journalism Review**. Texas, 14 ago. 2024, p. 3. Disponível em: <https://latamjournalismreview.org/pt-br/articles/15-conceitos-para-entender-a-ia-no-jornalismo-e-os-seus-usos-em-redacoes/>. Acesso em: 20 abr. 2025.

MOMENTUM. **Jornalismo e Inteligência Artificial Impacto para publishers brasileiros**. Disponível em: https://momentumnewsandtech.org/wp-content/uploads/2024/11/Momentum_JornalismoAI_Portugues.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.

OPENAI. **Como o ChatGPT e nossos modelos fundacionais são desenvolvidos**. Disponível em: <https://openai.com/pt-BR/policies/how-chatgpt-and-our-foundation-models-are-developed/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

REPÓRTERES SEM FRONTEIRAS. **Carta de Paris sobre IA e Jornalismo**. Paris, 10 nov. 2023. Disponível em: https://rsf.org/sites/default/files/medias/file/2023/11/Carte%20de%20Paris%20sobre%20IA%20e%20jornalismo_0.pdf. Acesso em: 10 jul. 2025.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2025** - The most comprehensive study of news consumption worldwide. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>. Acesso em: 12 jul. 2025.

RIBEIRO, Daniel Melo; ALZAMORA, Geane. Porque a inteligência artificial interessa à comunicação. *In: Pensar a inteligência artificial [livro eletrônico]: cultura de plataforma e desafios à criatividade* / Lucia Santaella; organizadores Daniel Melo Ribeiro, Geane Alzamora. - Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2023.

UFARTE RUIZ, María-José; MURCIA-VERDÚ, Francisco-José; TÚÑEZ-LÓPEZ, José-Miguel. Use of artificial intelligence in synthetic media: first newsrooms without journalists”. **Profesional de la información**, v. 32, n. 2, p. 1-16, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.03>. Disponível em: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87082>. Acesso em: 10 jul. 2025.

WAN-IFRA. World Association of News Publishers. **Gauging Generative AI's Impact in Newsrooms**. Disponível em: <https://wan-ifra.org/insight/gauging-generative-ai-impact-in-newsrooms/>. Acesso em: 1 jul. 2025.

YAGUANA ROMERO, Hernán; ARROBO-AGILA, Juan Pablo; JARAMILLO, Alex René. (2022). La inteligencia artificial en la narrativa sonora. Estudio de caso. **Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura**, 66, 9-23. DOI: <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3476>. Acesso em: 10 jul. 2025.