

# **RADIOMORFOSE, INOVAÇÃO E IA NO RÁDIO BRASILEIRO: usos e níveis de adoção<sup>1</sup> RADIOMORPHOSIS, INNOVATION, AND AI IN BRAZILIAN RADIO: uses and levels of adoption**

Nelia Del Bianco <sup>2</sup>

Hélder Lima<sup>3</sup>

Nair Prata<sup>4</sup>

**Resumo:** *Este artigo analisa o nível de adoção da inteligência artificial por emissoras de rádio brasileiras, à luz dos conceitos de radiomorfose e inovação tecnológica. O objetivo é avaliar como essas ferramentas vêm sendo incorporadas às rotinas produtivas e quais implicações organizacionais, profissionais e éticas emergem desse processo. Trata-se de pesquisa exploratória e descritiva, baseada em levantamento na mídia especializada, aplicação do método bola de neve e realização de entrevistas semiestruturadas com gestores. O corpus compreende 19 emissoras distribuídas nas cinco regiões do país. Os resultados indicam adoção recente e crescente, com uso predominante em atividades operacionais, como apoio à redação, automação, transcrição e locução virtual. Contudo, a integração é majoritariamente baixa ou média, mantendo-se a centralidade do jornalista na checagem e supervisão. Conclui-se que a incorporação da IA não se restringe à dimensão técnica, mas envolve negociações sobre valores profissionais, identidade do meio e relação afetiva com as audiências, configurando mais uma etapa da radiomorfose contemporânea do rádio brasileiro.*

**Palavras-Chave:** *Inteligência Artificial 1. Inovação Tecnológica 2. Rádio brasileiro 3.*

**Abstract:** *This article analyzes the level of adoption of Artificial Intelligence by Brazilian radio stations, in light of the concepts of radiomorphosis and technological innovation. The objective is to evaluate how these tools are being incorporated into production routines and what organizational, professional, and ethical implications emerge from this process. This is an exploratory and descriptive study based on a survey of specialized media, application of the snowball method, and semi-structured interviews with managers. The corpus comprises 19 stations distributed across the five regions of the country. The results indicate recent and growing adoption, with predominant use in operational activities, such as editorial support, automation, transcription, and virtual voiceovers. However, integration is mostly low or medium, with journalists remaining central to checking and supervision. It is concluded that the incorporation of AI is not restricted to the technical dimension, but involves negotiations about professional values, media identity, and the emotional relationship with audiences, constituting yet another stage in the contemporary radio morphosis of Brazilian radio.*

**Keywords:** *Artificial Intelligence 1. Technological Innovation 2. Brazilian Radio 3.*

1 Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos Radiofônicos. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

2 Universidade de Brasília, Professora visitante da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Doutora em Comunicação (ECA-USP), neliadelbianco@gmail.com.

3 Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Doutor em Comunicação (UFG), helder.jorn@gmail.com

4 Universidade Federal de Ouro Preto e Universidade FUMEC, Doutora em Linguística Aplicada (UFMG), nairprata@uol.com.br.

## 1. Origens da inteligência artificial e seu marco conceitual

O surgimento da inteligência artificial (IA) como campo acadêmico pode ter se dado formalmente em dois momentos: em um *workshop* no Dartmouth College, EUA, em 1956, quando pesquisadores como John McCarthy cunharam o termo para descrever o desenvolvimento de máquinas capazes de simular raciocínio humano; e outro marco anterior importante, muitas vezes citado como precursor, é o artigo de Alan Turing, em 1950, *Computing Machinery and Intelligence*, que introduziu o *Teste de Turing* sobre máquinas pensantes (Turing, 1950).

Ao longo das décadas seguintes, o campo da inteligência artificial passou por ciclos recorrentes de expansão e retração, até experimentar avanços substanciais a partir de 2012, impulsionados pelo chamado *boom* do *deep learning* (Schmidhuber, 2015). Essa subárea da inteligência artificial, baseada em redes neurais artificiais profundas, caracteriza-se pela capacidade de aprender padrões complexos a partir de grandes volumes de dados, sem depender de regras explícitas previamente programadas por humanos, o que representou uma mudança paradigmática no desenvolvimento de sistemas inteligentes (Lecun *et al.*, 2015). Tais avanços possibilitaram desempenhos inéditos em tarefas como reconhecimento de imagens, processamento de voz e análise de texto, consolidando o *deep learning* como eixo central das aplicações contemporâneas da inteligência artificial (Goodfellow *et al.*, 2016).

Desde os anos 1950, já havia interesse em automatizar partes da operação de radiodifusão, evoluindo de sistemas eletromecânicos a soluções computadorizadas. Por exemplo, sistemas de automação como o Schafer Automation System, nas décadas de 1950 a 1960, contribuíram para padronizar controles e agendamentos básicos de transmissão em estações de rádio dos Estados Unidos. O norte-americano Paul Schafer, dono da empresa, é considerado o pai da automação de rádio (O'Neal, 2021).

Ainda que não se trate de inteligência artificial no sentido contemporâneo do termo, os primeiros sistemas de automação computacional no rádio podem ser compreendidos como precursores históricos das atuais aplicações de IA no setor. Nos anos 1970 e 1980, empresas como a norte-americana Radio Computing Services (RCS) passaram a introduzir *softwares* de programação e agendamento automatizado de música e conteúdo, substituindo processos manuais por sistemas baseados em regras e algoritmos. Fundada em 1979 por Andrew Economos, a RCS desenvolveu o *software* Selector, considerado um dos primeiros sistemas amplamente adotados para organização automatizada de *playlists* e grades de programação em

emissoras de rádio, inaugurando uma nova fase na informatização das rotinas produtivas do meio radiofônico (Radio Computing Services, 2025; The History of Information, s.d.). Embora esses sistemas não operassem com aprendizagem de máquina ou modelos adaptativos, inauguraram uma cultura de delegação de decisões operacionais a sistemas computacionais, criando as bases técnicas e organizacionais para a posterior incorporação de soluções de inteligência artificial no rádio. Simultaneamente, o Audicom, um sistema de automação lançado na década de 1980, introduziu em computadores capacidades de reprodução e organização programada de música, anúncios e inserções de conteúdo, incluindo mecanismos de autoDJ que combinavam tempos exatos de transmissão com mínima intervenção humana.

Esses sistemas, embora não fossem inteligência artificial completa no sentido cognitivo moderno, funcionavam como automações inteligentes, pois realizavam tarefas antes manuais usando regras, otimização e lógica programada, antecipando a aplicação de IA no rádio.

Com os avanços do aprendizado profundo e modelos generativos na década de 2010, tecnologias como WaveNet (que usa redes neurais profundas para gerar áudio natural) e Deep Voice (sistemas de síntese de fala em tempo real) criaram novos paradigmas para produção automatizada de voz e áudio, o que influenciou diretamente nos usos de IA em rádio, ao permitir locução sintética com qualidade semelhante à humana, por exemplo.

A evolução dessas redes neurais possibilitou, nos anos 2020, a inserção de locutores artificiais e vozes sintéticas em transmissões radiofônicas, abrindo espaço para a geração automatizada de comentários, notícias e interação com a audiência sem gravação humana, entre outras atividades.

No cenário internacional, plataformas como a RadioGPT, desenvolvida por empresas como a Futuri Media, representam uma das primeiras aplicações de IA generativa especificamente configuradas para rádio. Essas plataformas utilizam modelos de linguagem (semelhantes aos GPTs) para criar *scripts* de locução, fazer curadoria de conteúdos com base em dados e gerar interações personalizadas com os ouvintes, ampliando o papel da IA além da automação tradicional.

Podemos apontar que a trajetória crescente da IA no rádio pode ser vista como uma evolução contínua, que se inscreve no processo de radiomorfose (Prata, 2009), entendida como a capacidade histórica do meio de se reconfigurar técnica, estética e culturalmente diante das transformações do ecossistema midiático. Nesse sentido, a incorporação de sistemas automatizados, algoritmos de recomendação, síntese e reconhecimento de voz, bem como

ferramentas de IA generativa, não representa uma ruptura com o rádio, mas antes a atualização de sua lógica adaptativa, pela qual o meio reinventa suas rotinas produtivas, suas formas de circulação e suas modalidades de escuta. A IA, portanto, pode ser compreendida como mais uma camada da radiomorfose, que aprofunda a hibridização entre rádio, plataformas digitais e ambientes algorítmicos, ao mesmo tempo em que preserva continuidades estruturais do radiofônico enquanto linguagem, prática social e forma cultural.

À luz da literatura que historiciza essa trajetória, compreendemos este processo de reinvenção do rádio como organizado em quatro fases:

- a) Pré-IA: automação eletromecânica e lógica (anos 1950-1970);
- b) Automação inteligente: sistemas como RCS e Audicom que reduziram a intervenção manual nas emissões e programações (anos 1980-2000);
- c) IA moderna: aplicação de redes neurais para síntese de voz e geração de conteúdo (anos 2010-2020);
- d) IA generativa no ar: iniciativas com IA que vão além da automação de rotina para produção de conteúdos narrativos e interativos em rádio (2020-presente). Esta fase pode ser entendida como parte da quarta Revolução Industrial, como aponta Granell (2016).

Essa periodização em quatro fases não deve ser compreendida como uma sucessão linear de rupturas, mas como um processo cumulativo de reconfigurações técnicas e culturais que expressa, mais uma vez, a capacidade histórica do rádio de se adaptar e se reinventar. A incorporação progressiva da automação e, mais recentemente, da inteligência artificial inscreve-se, assim, no movimento mais amplo da radiomorfose, pelo qual o meio rearticula suas formas de produção, circulação e escuta sem perder sua identidade comunicacional fundamental.

Com base nas análises previamente apresentadas, este estudo tem como objetivo avaliar a lógica adaptativa da inteligência artificial pelas rádios brasileiras em ações de automação, marketing, rotinas na produção de conteúdo e uso de vozes sintéticas, entre outros aspectos. O acesso às informações sobre a adoção pelas emissoras permanece fragmentado, sendo obtido principalmente por meio de revistas especializadas ou artigos científicos. Reconhecendo que esses registros não substituem o trabalho do pesquisador em campo, propomos realizar uma análise que inclua tanto materiais publicados quanto entrevistas com gestores de rádio. O resultado consiste neste estudo exploratório e descritivo que visa à categorização dos estágios de adoção e natureza dos usos.

## 2. Mudança tecnológica como processo social

A incorporação crescente de ferramentas de IA no rádio também pode ser compreendida a partir da teoria da difusão das inovações, proposta por Everett M. Rogers (2003), sobretudo quando situada no contexto histórico e sociocultural do rádio latino-americano. Segundo Rogers, a mudança tecnológica ocorre como um processo social gradual, no qual uma inovação é comunicada e negociada ao longo do tempo entre os membros de um sistema social. No rádio da América Latina, marcado por desigualdades estruturais, diversidade cultural e diferentes níveis de institucionalização do meio, é possível apontar que a IA não se difunde de maneira homogênea, mas assume ritmos, sentidos e usos variados, condicionados pelas realidades econômicas, políticas e simbólicas de cada país e tipo de emissora.

No âmbito latino-americano, a adoção da IA tende a iniciar-se em grandes conglomerados midiáticos e em rádios comerciais com maior capacidade de investimento tecnológico, que se aproximam do perfil de inovadores e primeiros adotantes descritos por Rogers (2003). Essas organizações funcionam como polos de experimentação e como referências para o restante do sistema radiofônico, contribuindo para a observabilidade da inovação. Em contraste, rádios comunitárias, educativas e públicas, centrais para a história e a função social do rádio na região, frequentemente se posicionam nas fases posteriores da difusão, seja por restrições materiais, seja por uma postura crítica diante da automação excessiva, especialmente quando esta é percebida como ameaça à participação social, à mediação humana e à diversidade cultural.

A articulação entre a radiomorfose e a teoria da difusão das inovações evidencia que a mudança no rádio não é linear e nem exclusivamente tecnológica, mas atravessada por disputas simbólicas, valores profissionais e estratégias institucionais. Se, para Rogers (2003), a inovação se consolida quando é socialmente legitimada dentro de um sistema, a radiomorfose enfatiza que essa legitimação ocorre por meio de negociações contínuas entre tradição e inovação (Del Bianco; Prata, 2020).

Por fim, compreender o uso da IA no rádio a partir dessa dupla perspectiva, difusão das inovações e radiomorfose, permite deslocar o debate de uma abordagem tecnodeterminista para uma leitura processual e contextualizada da mudança. A IA não redefine o rádio de forma homogênea ou inevitável, mas se insere em um ecossistema comunicacional plural, no qual diferentes atores, temporalidades e racionalidades convivem. Desse modo, a adoção da IA pode

ser entendida como mais uma etapa da trajetória evolutiva do rádio, marcada menos pela substituição do humano e mais pela recomposição dinâmica de suas formas de produção, circulação e escuta.

Embora a literatura acadêmica específica sobre o uso de IA por rádios brasileiras ainda seja incipiente, relatórios de mercado, análises setoriais e eventos profissionais já indicam tendências robustas de transformação no ecossistema do áudio, que incluem o rádio tradicional convivendo com plataformas digitais, *streaming* e ferramentas de IA. Os relatos identificam que emissoras nacionais começam a incorporar ferramentas com IA para automação de vozes, análise de dados de audiência e personalização de conteúdo, alinhando-se às transformações vistas no cenário internacional. Autores brasileiros, como Lopez *et al.* (2019) e Bufarah *et al.* (2024), abordam o uso da IA como um fenômeno comunicacional relevante nas rotinas de produção no rádio.

No plano mais amplo de adoção tecnológica, pesquisas nacionais apontam que ferramentas de IA generativa já fazem parte da rotina de uma parte significativa da população brasileira: o estudo TIC Domicílios 2025 (CGI.br, 2025) reporta que mais de 32% dos usuários de internet no Brasil utilizam IA generativa no cotidiano, o que significa cerca de 50 milhões de pessoas. Esses dados sinalizam um ambiente social e tecnológico preparado para que meios como o rádio explorem aplicações de IA em produção criativa, automação e análise de dados de audiência.

No âmbito profissional e dos debates setoriais, a IA no rádio tem sido tema de painéis em eventos como o SET Expo 2025, no qual especialistas discutiram oportunidades, desafios e impactos da tecnologia na produção, programação, distribuição e análise de audiência nas mídias sonoras brasileiras. No painel *Avanços da IA no Rádio Brasileiro*, destacou-se a rápida incorporação da IA às práticas radiofônicas, com efeitos operacionais e estratégicos. Foram apresentados usos como clonagem de voz, síntese de fala, geração musical e análise de sentimentos, aplicados à automação, ao enriquecimento de conteúdos e à personalização da experiência do público, ao lado de debates sobre desafios éticos e legais ligados a direitos autorais, consentimento e identidades vocais. O debate também indicou que a IA tende a ampliar - e não substituir - o trabalho de jornalistas e radialistas, deslocando-os para funções mais criativas e estratégicas, desde que preservadas a curadoria humana e a checagem crítica, além de reforçar a competitividade do rádio no ambiente multiplataforma.

Relatório do Instituto Reuters para Estudos de Jornalismo destaca a inteligência artificial generativa e os influenciadores digitais como vetores de transformação do jornalismo, capazes de reduzir o tráfego para sites noticiosos e alterar dinâmicas de produção, distribuição e consumo de informação (Gurgel, 2026). A IA também avança na publicidade radiofônica: no Brasil, Nizan Guanaes criou a Nizai para apoiar estratégias de marca (Adnews, 2026), mas estudo da yaman.AI aponta eficácia limitada quando a tecnologia substitui a criatividade humana (TudoRádio, 2025). No *streaming*, dados da Deezer e da Ipsos indicam o envio diário de cerca de 50 mil faixas geradas por IA e alta indistinguibilidade para ouvintes, suscitando debates sobre homogeneização, transparência e direitos autorais (Sertes, 2025).

No campo da locução, Lopez *et al.* (2019) observam a expansão da IA em *playlists* e narração automatizada, sem substituir a centralidade da voz humana. Mendonça (2021) reforça que emoção e espontaneidade permanecem essenciais. Já Fieiras-Ceide *et al.* (2025) identificam no rádio espanhol uma transição para um modelo orientado por dados e algoritmos, com ganhos potenciais de eficiência e personalização, mas adoção desigual e barreiras estruturais, consolidando a IA como vetor de reconfiguração do setor.

### 3. Abordagem metodológica nos estudos sobre adoção de IA em rádios

A literatura acadêmica sobre o uso de inteligência artificial em emissoras de rádio revela um campo de pesquisa em desenvolvimento, caracterizado por diversidade metodológica, escassez de arcabouço teórico consolidado e foco predominante em avaliações técnicas e percepções de partes envolvidas nesse processo. Observa-se que os estudos recorrem a estratégias metodológicas diversificadas que combinam estudos de caso, entrevistas qualitativas, experimentos de percepção e avaliações técnicas baseadas em métricas de desempenho, refletindo a natureza multifacetada do fenômeno estudado.

Avilés Rodilla e Venier (2024) organizam o uso da IA no rádio em cinco eixos: automação das rotinas de produção (transcrição, edição e apoio à geração de conteúdos); criação de produtos sonoros, como síntese de voz e montagem algorítmica; distribuição multiplataforma com suporte de sistemas inteligentes; análise de desempenho e audiências para métricas e apoio à decisão editorial; e implicações socioprofissionais e culturais, envolvendo mudanças nas práticas de trabalho, perfis profissionais e desafios éticos.

No jornalismo radiofônico, Orbegozo *et al.* (2025) adotaram metodologia mista, combinando testes quantitativos de detectabilidade de vozes sintéticas com análises

qualitativas das percepções de ouvintes e jornalistas, a partir de experimento na emissora pública basca EITB com locução em euskera gerada por IA. Bazán-Gil *et al.* (2021), em estudo de caso na Radio Nacional de España, estabeleceram métricas técnicas como Word Error Rate (WER) inferior a 10% e segmentação acima de 85%, evidenciando a centralidade de indicadores de desempenho. No plano institucional, Fieiras Ceide *et al.* (2025) realizaram entrevistas com responsáveis por inovação em seis grandes grupos espanhóis, mapeando ritmos e modalidades de adoção. Em curadoria musical, Furner *et al.* (2025) empregaram *machine learning*, criaram o *dataset* MusiGrab e utilizaram Self-Organizing Maps (SOM) para rotulagem e apoio editorial. Em outros contextos, estudos qualitativos na Indonésia analisaram a implementação inicial de IA em emissoras regionais, enquanto Karunarathna *et al.* (2019), no Sri Lanka, testaram Support Vector Machines (SVM) para classificação automática de conteúdos. Por fim, Parratt Fernández *et al.* (2024) desenvolveram estudo de caso qualitativo, com a estratégia *Homer Simpson*, sobre o projeto piloto da RTVE nas eleições municipais de 2023, combinando revisão teórica, aplicação prática e entrevistas para examinar a geração automatizada de notícias locais.

Os estudos revisados identificam desafios técnicos, organizacionais e éticos na implementação de IA em emissoras de rádio. Predominam abordagens pragmáticas, centradas em qualidade operacional, percepções de *stakeholders* e estratégias de adoção, com pouca articulação a teorias da comunicação ou da sociologia da tecnologia. Em pesquisas técnicas, como a de Bazán-Gil *et al.* (2025), o referencial restringe-se a critérios de engenharia, voltados à avaliação comparativa de sistemas de transcrição e segmentação automática, sem dialogar com transformações nas rotinas jornalísticas. No plano organizacional, Fieiras Ceide *et al.* (2025) apontam barreiras como escassez de recursos, falta de competências especializadas e resistência cultural, resultando em adoção desigual entre grandes grupos e emissoras menores, quadro semelhante ao observado por Harliantara (2020) na Indonésia. Já Orbegozo *et al.* (2025) destacam a desconexão emocional de ouvintes diante de vozes sintéticas e a inquietação profissional quanto à perda de controle criativo, evidenciando impactos que ultrapassam a dimensão técnica e alcançam a identidade profissional e a relação com as audiências.

Uma limitação transversal à maioria dos estudos é a insuficiência de evidências sobre recortes teóricos robustos e a escassez de análises longitudinais que acompanhem a evolução da implementação de IA ao longo do tempo. Muitas pesquisas oferecem fotografias de

momentos específicos, sem capturar dinâmicas de aprendizagem organizacional, adaptação tecnológica ou mudanças nas percepções de profissionais e audiências.

Num país de dimensões continentais que possui um sistema de radiodifusão complexo com mais de 10 mil emissoras em operação, segundo a Anatel, com diferentes categorias de exploração – comerciais, comunitárias, educativas, públicas, legislativas – espalhadas em cerca de 5 mil municípios, realizar uma pesquisa para identificar uso de IA se revela desafiador. Optamos por efetuar, inicialmente, uma pesquisa exploratória para identificar as emissoras adotantes por meio da mídia especializada (ZYDigital, Abert, Tudo Rádio). Com base no conjunto de matérias publicadas, aplicamos o método de pesquisa “bola de neve” (Coleman, 1958), uma técnica de amostragem não probabilística, bastante utilizada em pesquisas qualitativas, para acessar informações de difícil identificação.

Com o propósito de buscar mais informações, a partir da lista gerada pela consulta à mídia especializada, nos meses de dezembro de 2025 e janeiro/fevereiro de 2026 procedemos a: a) consulta aos sites institucionais das emissoras identificadas; b) consulta informal no grupo do Comitê Técnico da AESP por meio de um serviço de mensagens instantâneas; c) contato informal com radiodifusores dos estados e Minas Gerais e Mato Grosso do Sul, que fazem parte da rede de relacionamento profissional dos pesquisadores. Estes contatos foram importantes para ampliar a lista inicial e realizar entrevistas semiestruturadas: gerente executivo digital da Rádio Itatiaia (Cândido Henrique Resende da Silva), Associação Mineira de Rádio e TV - AMIRT (Mayrinck Pinto de Aguiar Júnior e Bruno Torres), Rádio IND FM (Joel Silva), Rádio Alvorada FM (Larissa Lopes), Rádio Manhauçu (Leonardo Medeiros), Rádio Alems (Marcelo Ortiz) e gerente de produtos digitais da Rádio CBN (Thiago Barbosa). Para complementar o rol de informações, incorporamos relatos de três casos publicados no livro *Jornalismo Sonoro e Inteligência Artificial: inovação, impacto riscos e dilemas* (2026). Ao final obtivemos informações sobre as seguintes emissoras adotantes conforme apontado na Tabela 1.

TABELA 1

Emissoras integrantes da amostra

|                       |                     |
|-----------------------|---------------------|
| 1. Rádio Alems 105,5  | Campo Grande (MS)   |
| 2. Rádio Alvorada FM  | Belo Horizonte (MG) |
| 3. Rádio Antena 1     | São Paulo (SP)      |
| 4. Rádio Band FM 93.3 | Três Lagoas (MS)    |
| 5. Rádio Band News FM | São Paulo (SP)      |

|                             |                              |
|-----------------------------|------------------------------|
| 6. Rádio Band Vale FM 102,9 | São José dos Campos (SP)     |
| 7. Rádio CBN                | São Paulo (SP)               |
| 8. Rádio Dumont FM 104.3    | Jundiaí (SP)                 |
| 9. Rádio Educativa UFMS     | Campo Grande (MS)            |
| 10. Rádio FM 106,9 Manhauçu | Manhuaçu (MG)                |
| 11. Rádio Gaúcha            | Porto Alegre (RS)            |
| 12. Rádio Hits Prime FM     | Sinop (MT)                   |
| 13. Rádio IND FM            | Aquidauana (MS)              |
| 14. Rádio Itatiaia          | Belo Horizonte (MG)          |
| 15. Rádio Jovem Pan         | São Paulo (SP)               |
| 16. Rádio Mix 107.1 FM      | Porto Alegre (RS)            |
| 17. Rádio Mundo Pop         | Cabo de Santo Agostinho (PE) |
| 18. Rádio Tropical FM 95.7  | Três Corações (MG)           |
| 19. Rádio UNAMA FM 105.5    | Ananindeua (PA)              |

FONTE - Dados da pesquisa (2026).

#### 4. A inteligência artificial nas rádios brasileiras

Nosso mapeamento exploratório sobre a presença de inteligência artificial nas rádios brasileiras teve como *corpus* de análise 19 emissoras distribuídas pelas cinco regiões do país, embora metade delas esteja concentrada no Sudeste, reconhecido como o principal polo dos grandes grupos de mídia tradicional no Brasil. Esse dado se revela proeminente quando observamos que cerca de 58% das emissoras pertencem a redes ou grupos de mídia e que 83% operam na modalidade comercial.

Para a análise dos dados obtidos, elaborou-se um formulário na plataforma SurveyMonkey, composto por 26 tópicos, com o propósito de sistematizar e conferir coerência às informações coletadas em diferentes fontes. A primeira seção contemplou dados institucionais das emissoras, tais como faixa de frequência, finalidade, área de cobertura e eventual vinculação a redes ou grupos de mídia. As seções subsequentes aprofundaram aspectos relacionados à incorporação da inteligência artificial, investigando o marco temporal de adoção, a situação atual de uso, os tipos de aplicação e as ferramentas empregadas. Além disso, examinou-se a existência de programas ou produtos integralmente gerados por IA, seus respectivos gêneros e a frequência de utilização dessas tecnologias nas rotinas produtivas.

Considerando que o mapeamento exploratório não se baseou apenas na técnica de entrevista semiestruturada, mas também na articulação com outras fontes de informação - como publicações em portais de mídia especializada e páginas das próprias emissoras na web e em redes sociais -, as demais questões de pesquisa buscaram compreender como as direções das

emissoras têm se posicionado quanto ao uso de IA, sob a perspectiva ética, sua importância e os possíveis impactos sobre o quadro de colaboradores. Além disso, investigou-se a relação entre IA e profissionais, bem como o nível de integração dessas ferramentas nas rotinas produtivas, a partir de métricas que variam de baixa a alta.

Em relação à adoção de IA, 47% das emissoras afirmam ter incorporado essas ferramentas às suas rotinas em 2025, 43% em 2024, 5% em 2023 e 5% não souberam precisar a data de início do uso dessa tecnologia. No Gráfico 1, observa-se que 36% das rádios admitem utilizar a IA de forma experimental, percentual idêntico ao das emissoras que afirmam recorrer a essas ferramentas de maneira permanente. Entre aquelas que utilizam a IA como projeto-piloto nas rotinas diárias estão 26% das estações investigadas.

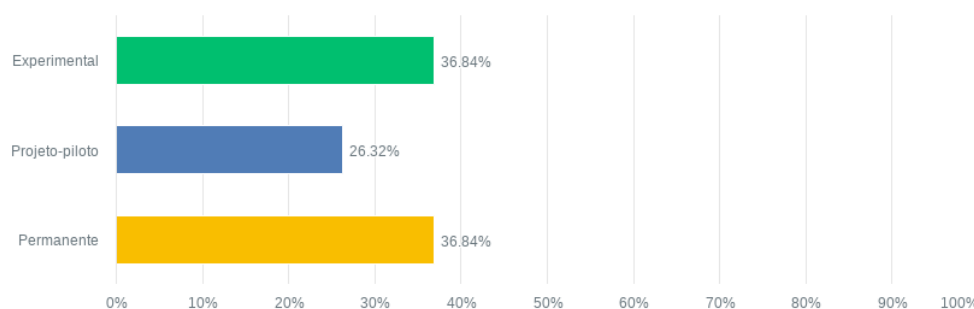


GRÁFICO 1 - Situação atual da emissora quanto ao uso de IA

FONTE - Gráfico gerado pelo SurveyMonkey, a partir de dados coletados pelos pesquisadores (2026).

Na sequência, buscou-se investigar as finalidades pelas quais as emissoras recorrem a essas ferramentas. Nesse eixo da pesquisa, emergiu uma diversidade de aplicações, como apoio à redação (apuração, edição, resumo) em pouco mais de 15% das emissoras; geração de texto jornalístico (redação de notícias), presente em 13%; e locutor virtual, identificado em pouco mais de 11% das rádios, com destaque para casos emblemáticos como a Emília, da Band News FM, e o Guto, da Tropical FM.

Entre outros usos identificados estão a automação da programação e a transcrição de entrevistas (7,89%); estratégias de marketing, produção de conteúdo para sites e redes sociais e assistente virtual para relacionamento com ouvintes (6,58%); clonagem de vozes, edição de

reportagens, curadoria musical automatizada e monitoramento de métricas em redes sociais (5,26%). Apenas 2,63% das emissoras pesquisadas recorrem à IA para a gestão comercial.

Como se pode observar, a adoção de IA nas emissoras de rádio brasileiras, no contexto dessa pesquisa exploratória, delineia um cenário no qual essas ferramentas contribuem para operacionalização de tarefas rotineiras, tanto na produção jornalística quanto em programas de outros gêneros e formatos.

Na Rádio Itatiaia, por exemplo, a ronda jornalística realizada por IA em veículos noticiosos e em páginas de influenciadores locais auxilia na seleção de fatos que afetam o cotidiano da localidade. Segundo a empresa, essa prática de monitoramento contribui para a elaboração de notas e boletins com os principais acontecimentos locais a serem noticiados nos programas jornalísticos. A tecnologia também é usada para a criação de hiperlinks das matérias publicadas no portal digital da rádio e para a geração de títulos otimizados para SEO (Search Engine Optimization).

Nos depoimentos de dirigentes, prevalece a ênfase nos ganhos operacionais - agilidade, produtividade, eficiência, personalização e estímulo à criatividade, mas com reafirmação da centralidade do jornalista na apuração e checagem, especialmente em conteúdos assistidos por IA. A exceção é a Jovem Pan, cujo diretor, Tuta Neto, associa a adoção da plataforma Samp.AI à automação de boletins e à redução de equipe, sem prejuízo de qualidade ou volume (Camargo; Farias, 2026). Na Rádio Gaúcha, a gerente de Jornalismo Andressa Xavier afirma que, embora a IA contribua para a agilidade dos processos, há uma distinção evidente entre eficiência operacional e a essência do trabalho de apuração. Para a direção, a IA não deverá “mudar a apuração, ao menos não neste momento. Esse trabalho humano é ainda importantíssimo e indispensável” (Maia; Olegário, 2026, p.160).

No Gráfico 2, a seguir, é possível reconhecer as principais ferramentas de IA utilizadas nas rotinas produtivas, pelas emissoras de rádio investigadas, com predominância do Chat GPT (26,47%), seguido pelo Gemini (17,65%), ambas consideradas populares em escala global, independentemente da finalidade de uso. Na sequência, foram mencionados Descript (8,82%), Notebook LN (5,88%), CapCut (5,88%), Yud (5,88%), Audiency (2,94%), Sunon (2,94%), ElevenLabs (2,94%), Turboscriber (2,94%) e outras ferramentas (17,65%).

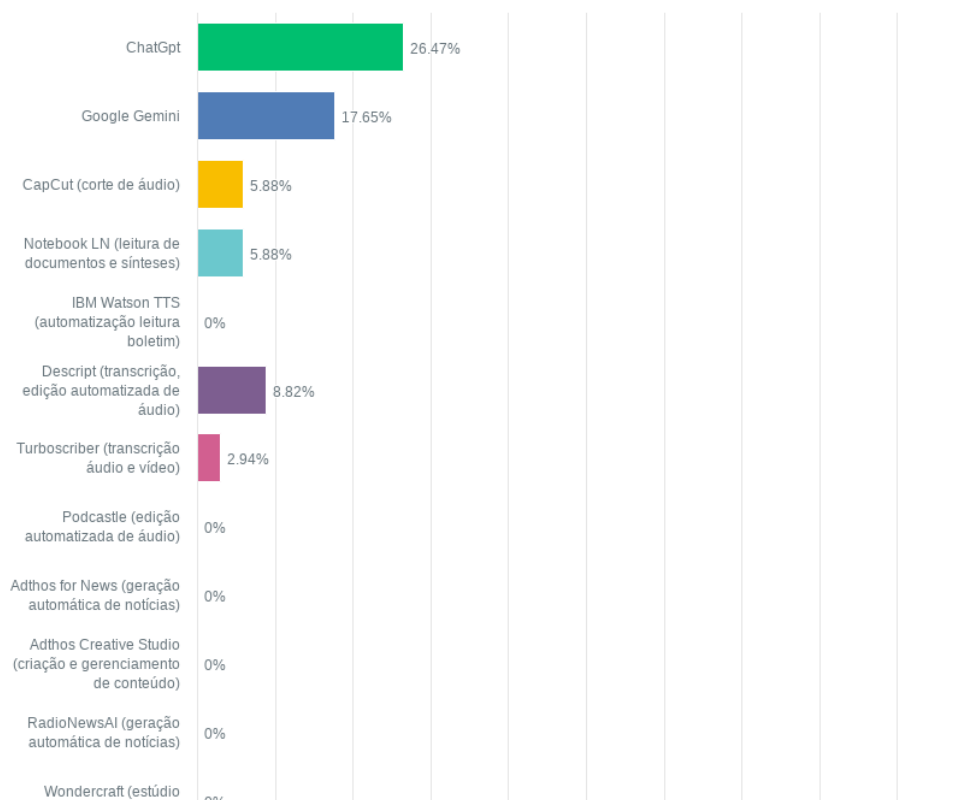


GRÁFICO 2 - Ferramentas de IA utilizadas pela emissora

FONTE - Gráfico gerado pelo SurveyMonkey, a partir de dados coletados pelos pesquisadores (2026).

A Educativa UFMS adota postura cautelosa quanto ao uso de ferramentas externas de IA, por não identificar garantias suficientes de segurança, confidencialidade e governança de dados, priorizando soluções institucionais com controle de acesso e diretrizes da UFMS, inclusive para automatizar o *upload* de conteúdos no site da emissora.

A pesquisa também identificou iniciativas permanentes e experimentais de produtos gerados por IA. Entre estas, destaca-se a clonagem da voz de Reinaldo Azevedo pela BandNews FM, no programa *É da Coisa* (set. 2025), durante seu afastamento por motivos de saúde. Houve ainda usos pontuais no podcast *A Ditadura Recontada* (a IA foi empregada para restaurar áudios deteriorados do período do golpe militar, ampliando sua qualidade sonora, conforme Falcão, 2026) e no *CBN Notícias*, do Grupo Globo (out. 2024, vozes de ouvintes foram clonadas para a leitura de matérias).

Também identificamos produtos ou programas permanentes gerados por IA nas emissoras pesquisadas, relacionados na Tabela 2.

TABELA 2  
Síntese dos Programas e produtos gerados por IA nas rádios brasileiras.

| Iniciativa              | Emissora             | Descrição                                                                                                                                                                                |
|-------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Assistente Virtual Sol  | Rádio Alvorada FM    | Ferramenta tecnológica que simula uma interação humana, mas dentro do universo digital da rádio. Atua nas plataformas digitais da emissora, interagindo com a programação e os ouvintes. |
| Festa Cheia             | Rádio Mundo Pop      | Programa de entretenimento, com uma hora de duração, cujo conteúdo gerado é apresentado por IA, desde a locução até a seleção musical.                                                   |
| IA News                 | Rádio Jovem Pan News | Boletim gerado por IA que recorre à clonagem da voz de um dos comunicadores da rádio, e o outro numa voz sintética feminina de banco de áudios da própria plataforma.                    |
| Lendas                  | Rádio Band Vale FM   | Programa de entretenimento apresentado por locutores totalmente gerados por IA que narra histórias e interage com a audiência entre a <i>playlist</i> musical.                           |
| Locutor Virtual Guto    | Rádio Tropical FM    | Utiliza voz artificial para interagir com o público, apresenta programas, interage com a equipe e já realizou entrevistas.                                                               |
| Playlist da prime       | Rádio Mix 107.1 FM   | Programas de entretenimento no formato musical gerados totalmente por IA que ocupa a programação de sábado na rádio.                                                                     |
| Repórter Virtual Emília | Rádio Band News FM   | Repórter virtual com voz sintética que atua em jornadas esportivas e também no programa <i>BandNews na Área</i> .                                                                        |

FONTE - Dados da pesquisa (2026).

Os dados revelam que a produção integralmente automatizada por IA não se restringe a emissoras de grande porte ou estrutura robusta. No município de Sinop, no interior do Mato Grosso, a Mix 107,1 FM inovou ao incluir, na programação de sábado, programas musicais de entretenimento produzidos exclusivamente por IA. Além da locução, a tecnologia auxilia na organização das *playlists* musicais. Segundo a direção, a rádio desenvolveu internamente um *software* próprio que monitora plataformas de áudio, como Spotify, para identificar as músicas mais tocadas e organizar a *playlist* a ser veiculada no dial convencional, apostando na diversidade de gêneros musicais.

A repórter virtual Emília, o locutor Guto e a assistente virtual Sol são personagens virtuais que, embora apresentem funções distintas em suas respectivas emissoras, buscam simular comunicadores reais em sintonia com as audiências, a fim de estabelecer uma relação de proximidade e confiança que são características intrínsecas ao meio rádio.

Em relação à frequência de uso de IA, observa-se que quase dois terços das emissoras (64,29%) a utilizam diariamente, 21,43% de forma esporádica e 14,29% semanalmente. Apesar dessa frequência elevada, ao analisar o nível de integração da IA nas rotinas produtivas, constata-se que 44,44% das emissoras apresentam baixa integração, restrita a ações pontuais ou programas especiais. Em 38,89%, o nível de integração é considerado médio, com uso da

IA como apoio e em produtos híbridos que, em alguns casos, recorrem a vozes sintéticas ou locução virtual, mantendo, contudo, o comunicador humano como central. Apenas 16,67% das emissoras apresentam alto nível de integração, caracterizado por elevada automação estrutural e programas inteiramente produzidos por IA, conforme ilustrado no Gráfico 3.

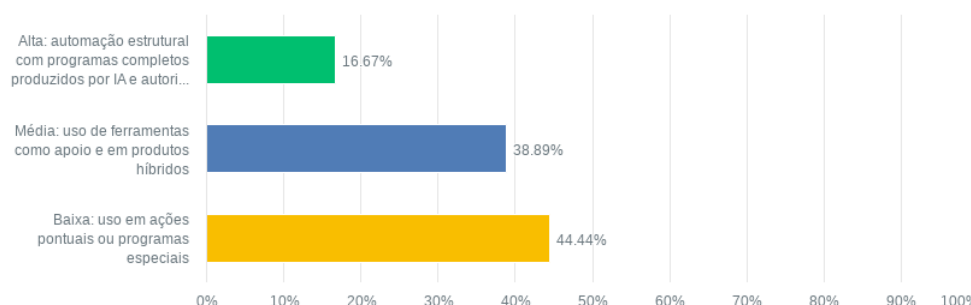


GRÁFICO 3 - Grau de integração da IA nas rotinas produtivas das emissoras

FONTE: Gráfico gerado pelo SurveyMonkey, a partir de dados coletados pelos pesquisadores (2026).

Para além das possibilidades tecnológicas associadas à inovação, melhoria de fluxos, aumento de produtividade, buscamos investigar também as implicações de natureza ética que permeiam a adoção dessas ferramentas na prática diária. De modo geral, as rádios percebem a IA como uma tecnologia complementar ao trabalho humano (20%) e como uma oportunidade para experimentação/inovação (20%), conforme pode ser visualizado no Gráfico 4.

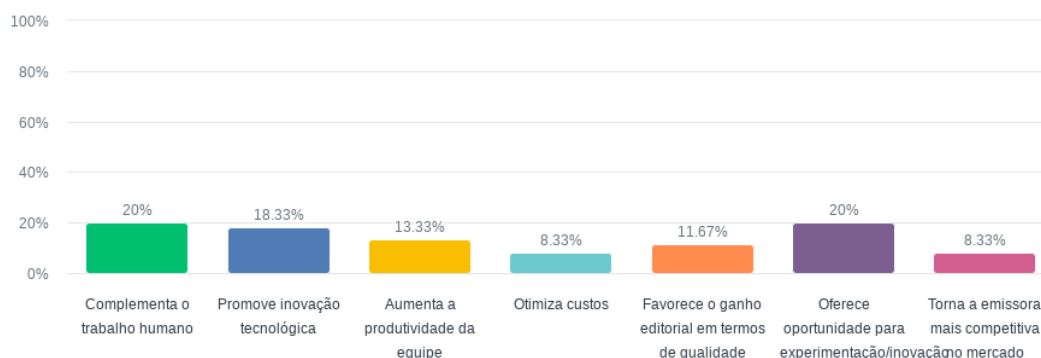


GRÁFICO 4 - A emissora entende que a IA

FONTE: Gráfico gerado pelo SurveyMonkey, a partir de dados coletados pelos pesquisadores (2026).

Os dados indicam ainda que, para 18,33% das emissoras, a IA promove inovação tecnológica ao permitir que o rádio, embora um meio secular, se mantenha atual frente ao

avanço das tecnologias e se adapte ao cenário, aproveitando as potencialidades que a inovação oferece. Em outra frente, as emissoras asseguram que o uso de IA ajuda a aumentar a produtividade (13,33%), favorece ganho editorial (11,67%), otimiza custos (8,33%) e torna-a mais competitiva no mercado (8,33%). No campo aberto para outras possibilidades que a IA oferece, as emissoras afirmaram que o uso ajuda a ampliar o alcance da rádio, otimiza tempo e incrementa a criatividade nas rotinas produtivas, aprimora a experiência do ouvinte com mais emoção, autenticidade e um olhar contemporâneo e ajuda a diversificar a entrega de conteúdo.

Em meio a essas possibilidades que a tecnologia oferece, no campo profissional, a maioria das emissoras pesquisadas afirma que a IA não irá substituir profissionais e pretende manter a equipe de profissionais (55%). Em 22% das emissoras, a adoção de IA poderá resultar na substituição de profissionais e em 11% a substituição dos profissionais será parcial. Em 11% das emissoras, a direção ainda não consegue dimensionar os impactos futuros sobre a equipe.

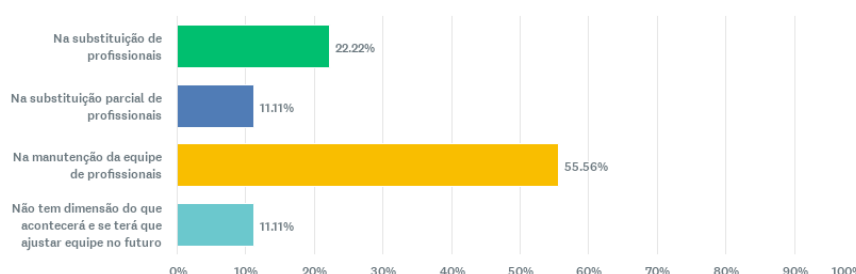


GRÁFICO 5 - Gestores afirmam que o uso de IA pela emissora implicará

FONTE: Gráfico gerado pelo SurveyMonkey, partir de dados coletados pelos pesquisadores (2026).

Na Rádio Itatiaia, vislumbra-se a necessidade de ampliar o quadro de colaboradores por meio da contratação de profissionais capacitados para lidar com ferramentas de IA. Já na Rádio Tropical FM, a centralidade humana está mantida no processo de produção diária, uma vez que a emissora aposta na modernização dos processos sem renunciar ao trabalho artístico e humano dos locutores. Inicialmente, segundo o diretor Fernando Musa, houve apreensão por parte da equipe quanto à possibilidade de substituição e impactos na empregabilidade, a partir da adoção de ferramentas de IA. No entanto, a emissora reforça que a tecnologia está sendo integrada de

maneira gradual e com respeito à equipe existente, mantendo o valor do trabalho e da criatividade humana na rádio.

As implicações de natureza ética também foram tensionadas, sobretudo em iniciativas que envolvem clonagem de voz, a exemplo dos já mencionados usos no podcast *A Ditadura Recontada*, no *CBN Notícias* e programa *É da coisa* da Band News FM. No Gráfico 6, observa-se que, para 8,82% das rádios, a autorização prévia para o uso de vozes dos profissionais deve ser regra. O diretor da Rádio Itatiaia, por exemplo, destaca a necessidade de consentimento, seja do próprio locutor ou, no caso de profissionais falecidos, de seus familiares.

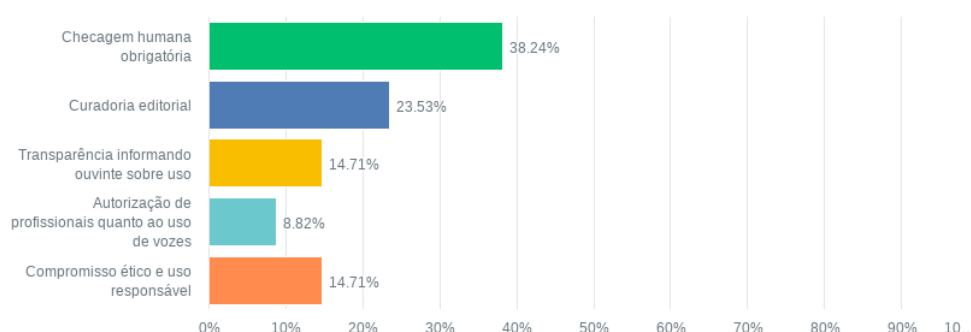


GRÁFICO 6 - A emissora entende que o uso de IA deve haver

FONTE: Gráfico gerado pelo SurveyMonkey, partir de dados coletados pelos pesquisadores (2026).

No departamento de jornalismo das emissoras pesquisadas, a checagem humana é obrigatória em 38,24% das rádios. Além disso, 23,53% exigem curadoria editorial e 14,71% defendem a transparência no uso da IA junto aos ouvintes, percentual equivalente ao das emissoras que ressaltam o compromisso ético e o uso responsável dessas ferramentas no processo de produção jornalística.

Para assegurar cautela quanto ao uso de IA, a Tropical FM defende a curadoria e supervisão humana, especialmente para corrigir pronúncias e entonações, a fim de manter a sensibilidade e a naturalidade da fala humana. Na Rádio Gaúcha, a direção afirma que a IA não possui limites éticos, por estar sujeita aos vieses algorítmicos e à desinformação, o que exige da equipe da emissora, a responsabilidade final pelo conteúdo veiculado (Maia; Olegário, 2026). A supervisão humana, segundo a emissora, é essencial para garantir alinhamento aos padrões de credibilidade e ética.

Entre as emissoras avaliadas, a Rádio Itatiaia afirma possuir um manual com diretrizes que orientam o trabalho profissional dos jornalistas da emissora para o uso de ferramentas de

IA. Na Band News FM, há um protocolo interno voltado à governança, transparência e segurança no uso da tecnologia. Nas Organizações Globo também há princípios editoriais com diretrizes claras sobre o uso de IA. Segundo a empresa, o uso de IA deve ser transparente, guiado pela ética e exige obrigatoriamente a supervisão humana, de modo a assegurar credibilidade e qualidade jornalística (Grupo Globo, 2024).

Na Rádio Alems, da Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul, a presença do locutor humano e do jornalista profissional é considerada essencial para preservar a essência da rádio. Segundo o diretor Marcelo Ortiz, o uso indiscriminado pode deixar “a emissora fria” e distante dos ouvintes, afetando a credibilidade junto à comunidade. A emissora defende o uso de IA com cautela e reafirma a necessidade de manter a checagem dos fatos por um jornalista humano, considerando que a IA tende a gerar conteúdos imprecisos ou falsos.

## 5. Conclusões

Os achados deste levantamento exploratório evidenciam que o uso da inteligência artificial tem se tornado uma realidade concreta nas rotinas produtivas de emissoras de rádio brasileiras analisadas, ainda que boa parte apresente baixa integração se restringindo a ações pontuais ou programas especiais.

A adoção dessas ferramentas ocorre, sobretudo, em função de sua capacidade de promover ganhos operacionais em atividades repetitivas, além de contribuir para a qualidade técnica da produção sonora e para a otimização de fluxos de trabalho. De todo modo, os dados indicam que a incorporação da IA não se dá de forma dissociada da atuação humana, uma vez que permanece central o papel do jornalista profissional na condução, supervisão e validação dos conteúdos produzidos com o auxílio dessas tecnologias.

As emissoras de rádio percebem a IA como aliada e como uma possibilidade de experimentação e inovação, mas rechaçam a ideia de substituir o trabalho de profissionais humanos. Para as emissoras avaliadas, o jornalista profissional, ainda que recorra ao uso de IA em sua atividade laboral, deve manter sua missão de checar e apurar as informações antes de serem veiculadas.

Nesse contexto marcado pela presença de vozes sintéticas, a figura do comunicador humano reafirma sua relevância, pois a espontaneidade, a naturalidade e a capacidade de

transmitir emoções, elementos constitutivos da linguagem radiofônica - sobretudo no contexto de proximidade - permanecem indissociáveis da atuação do locutor humano.

Nos casos em que emissoras recorrem a locutores virtuais ou vozes sintéticas, especialmente rádios locais de pequeno porte, que enfrentam limitações de pessoal e desafios de sustentabilidade do modelo de negócio, a programação gerada por IA tende a substituir conteúdos “enlatados” produzidos por agências de conteúdo e replicados ao longo dos anos em faixas horárias específicas, como Lima (2018) identificou em emissoras sul-mato-grossenses que, após migrar para FM, recorreram a esses formatos de programa visando reduzir custos com pessoal. Diferentemente desses formatos tradicionais engessados, a adoção de assistentes virtuais possibilita maior interação com a audiência e uma seleção musical orientada por dados e preferências do público, ainda que essa aproximação ocorra em um nível distinto daquele estabelecido pela presença do comunicador humano capaz de manter a conexão e a proximidade com o ouvinte.

Outro aspecto relevante identificado na análise de dados diz respeito à percepção dos radiodifusores em relação às implicações de natureza ética associadas ao uso de ferramentas de IA. As emissoras de grandes centros urbanos, como a Rádio Itatiaia, de Belo Horizonte; as organizações Globo, com sede no Rio de Janeiro; e a Band News FM, com sede em São Paulo; demonstram maior grau de institucionalização no enfrentamento dessas questões, ao estabelecer protocolos e diretrizes internas que orientam a adoção das ferramentas de IA nas rotinas produtivas.

No campo ético, para além da preocupação com os vieses algoritmos e com a possibilidade de geração de conteúdos imprecisos ou falsos, as emissoras demonstram atenção especial às questões relacionadas aos direitos autorais e ao consentimento no uso de clonagem de voz. Tanto o exemplo da Band FM, que enfatiza a necessidade de autorização explícita do locutor, e da Rádio Itatiaia, que ressalta a exigência de consentimento familiar no caso de profissionais falecidos, evidenciam uma compreensão da voz como patrimônio simbólico, identitário e afetivo do rádio, e não apenas como recurso técnico passível de reprodução artificial.

Por fim, os dados indicam que a IA já se faz presente de forma concreta nas rotinas produtivas das emissoras investigadas, mas sua integração ocorre de maneira desigual, gradual e majoritariamente complementar ao trabalho humano. No universo das 19 emissoras analisadas, observa-se que a adoção é recente e acelerada: 47% declararam ter incorporado

ferramentas de IA em 2025 e 43% em 2024, o que evidencia um movimento intensificado nos últimos dois anos. Contudo, quando se examina o grau de integração, percebe-se que 44,44% apresentam baixa integração, restrita a ações pontuais ou programas específicos; 38,89% situam-se em nível médio, com uso híbrido e apoio às rotinas; e apenas 16,67% demonstram alta integração, caracterizada por automação estrutural mais ampla e programas integralmente produzidos por IA. Esses dados revelam que o nível de adoção pode ser classificado como intermediário: disseminado em termos de experimentação e uso cotidiano (64,29% utilizam IA diariamente), mas ainda limitado quanto à incorporação estrutural e estratégica plena.

Ao mesmo tempo, observa-se que a difusão da IA ocorre em velocidades distintas, com grandes conglomerados avançando mais rapidamente do que em emissoras regionais ou educativas. Esse cenário sugere o risco de ampliação de desigualdades no setor radiofônico, na medida em que recursos financeiros, competências técnicas e capacidade de investimento influenciam o grau de integração tecnológica.

Assim, a adoção da IA no rádio brasileiro não é homogênea, mas atravessada por assimetrias estruturais. Longe de representar mera substituição, o processo indica deslocamentos nas rotinas e nos papéis, exigindo capacitação e atualização constante das equipes. Esse movimento impõe desafios às empresas de comunicação, que passam a ser demandadas a investir em processos de capacitação, treinamento e atualização profissional, de modo que os trabalhadores possam explorar de forma crítica, ética e qualificada os potenciais oferecidos pela IA.

Conclui-se que a inteligência artificial se insere no rádio brasileiro como mais uma etapa de sua radiomorfose, combinando tradição e inovação de modo a ampliar possibilidades produtivas e estratégicas, mas também tensionando fundamentos constitutivos do meio. O futuro da adoção da IA não será determinado exclusivamente pela sofisticação tecnológica, mas pela maneira como organizações, profissionais e audiências negociarão os sentidos, limites e responsabilidades associados a essa nova camada da radiomorfose contemporânea.

## Referências

- ADNEWS. *Nizan Guanaes lança Nizai, inteligência artificial voltada à criação publicitária*. 26 de janeiro de 2026. Disponível em: <https://adnews.com.br/post/nizan-guanaes-lanca-nizai-inteligencia-artificial-voltada-a-criacao-publicitaria>
- ARIK, S. O. *et al.* Deep Voice: Real-time Neural Text-to-Speech. **ArXiv**, 2017.
- AUDICOM. **Wikipedia**. 1989. <https://en.wikipedia.org/wiki/Audicom>

- AVILÉS RODILLA, C.; VENIER, E. 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. Disponível em: <https://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1042>
- BAZÁN-GIL, V.; PÉREZ-CERNUDA, C.; MARROYO-NUÑEZ, N.. Inteligência artificial aplicada a programas informativos de rádio. Estudo de caso de segmentación automática de notícias em RNE. **Profesional de la Información**, vol. 30 n.03, 2021.
- BUFARAH JÚNIOR, Álvaro; MUSTAFÁ, Izani; ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. Rádio e Inteligência Artificial: possíveis impactos das ferramentas de IA na produção de conteúdos do meio. In: **Anais do 33º Encontro Anual da COMPÓS**, 2024. <https://proceedings.science/compos/compos-2024/autores/valci-regina-mousquer-zuculoto?lang=pt-br>
- COLEMAN, J.S.. Relational analysis: the study of social organizations with survey methods. *Hum. Organ.* 17:28–36, 1958
- CGI.br / CETIC.br. *TIC Domicílios 2025*: uso de Inteligência Artificial generativa no Brasil. Comitê Gestor da Internet no Brasil / Centro Regional de Estudos sobre o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, 09 dez. 2025. Disponível em: <https://www.cgi.br/noticia/releases/50-milhoes-de-brasileiros-ja-usam-ia-mas-potenciais-beneficios-continuam-limitados-as-camadas-de-maior-renda-e-escolaridade/>
- DEL BIANCO, Nélia; PRATA, Nair. Inovação na tradição: a migração do AM para o FM como fator de renovação do rádio brasileiro. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol. 17 nº 2. Julho a Dezembro de 2020 - ISSN 1984-6924
- ECONOMOS, Andrew. Radio Computing Services (RCS) — história da automação de rádio. **Wikipedia**. [https://en.wikipedia.org/wiki/Radio\\_Computing\\_Services](https://en.wikipedia.org/wiki/Radio_Computing_Services)
- FALCÃO, Bárbara. Os usos da inteligência artificial no podcast a ditadura recontada In: **Jornalismo sonoro e inteligência artificial**: inovação, impacto, riscos e dilemas éticos [recurso eletrônico]. Cachoeirinha : Fi, 2026.
- FIEIRAS-CEIDE, César; TÚÑEZ-LÓPEZ, José Miguel; FERNÁNDEZ-LOMBAO, Tania. De la frecuencia al algoritmo: implementación actual de IA en las emisoras de radio de España. **Revista Latina de Comunicación Social**, n. 83, p. 1–22, 2025. Acesso em: 22 jan. 2026.
- FURNER, M.; ISLAM, Z.; LI, C.-T.. Knowledge discovery and visualisation framework using machine learning for music information retrieval from broadcast radio data. **Expert Systems With Applications**, Volume 182, 15 Novembro.
- FURTÁKOVÁ, L.; JANÁČKOVÁ, E.; BRNÍK, A. Perspective Chapter: Artificial Intelligence in **Slovak Radio Industry: The Present and the Future of Broadcasting**, 2025.
- GOODFELLOW, Ian; BENGIO, Yoshua; COURVILLE, Aaron. Deep learning. Cambridge: MIT Press, 2016. Disponível em: <https://aikosh.indiaai.gov.in/static/Deep+Learning+Ian+Goodfellow.pdf>
- GRANELL, F. Los retos de la cuarta revolución industrial. In: **Perspectivas económicas frente al cambio social, financiero y empresarial**: Solemne acto académico conjunto con la Universidad de La Rioja y la Fundación San Millán de la Cogolla. Barcelona: Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, 57-74, 2016. Disponível em: <https://bit.ly/2SLxPdC>
- GURGEL, Luciana. IA e influenciadores desafiarão o jornalismo tradicional em 2026, aponta relatório do Instituto Reuters. **MediaTalks UOL**. Disponível em: <https://mediatalks.uol.com.br/2026/01/19/tendencias-do-jornalismo-em-2026-inteligencia-artificial-e-influenciadores/>
- GRUPO GLOBO. Princípios editoriais do Grupo Globo, 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/principios-editoriais-do-grupo-globo.html>
- HARLIANTARA, H. Case Study Using Artificial Intelligence Broadcasters for Broadcasting Programs on Radio Mustang Jakarta. **Jurnal Ilmu Komunikasi**, 8(1), 121–138, 2024.
- KARUNARATHNA, G. A. G. S.; JAYARATNE, K. L.; GUNAWARDANA, P. V. K. G. . Classification of Voice Content in the Context of Public Radio Broadcasting. *International Journal on Advances in International Journal on Advances in ICT for Emerging Regions* 2019 12 (2).
- KUYUCU, Mihalis (Michael). Artificial intelligence in media: radio automation systems as the first artificial intelligence application in media in the terms of “threats” and “opportunities”. In: **Digital Transformation and Innovation** (4th International New Media Conference), 2019. [https://www.michaelkuyucu.education/admin/assets/img/akademik\\_yayinlar/2046322544.pdf](https://www.michaelkuyucu.education/admin/assets/img/akademik_yayinlar/2046322544.pdf)
- LECUN, Yann; BENGIO, Yoshua; HINTON, Geoffrey. Deep learning. **Nature**, London, v. 521, n. 7553, p. 436–444, 2015. Disponível em: <https://www.nature.com/articles/nature14539>
- LIMA, Hélder Samuel dos Santos. **A migração do rádio AM para FM em Mato Grosso Do Sul**: um estudo comparado das rádios Caçula e Difusora Pantanal. 2018. 166 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2018.

- LOPEZ, Debora Cristina; RESENDE, Marcos; BORGES, Daniel. Locução automatizada e o rádio musical: primeiras aproximações. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 42, n. 1, p. 185-199, 2019. <https://www.scielo.br/j/intercom/a/SDw6TYth3X8pgGgcPBP3LvJ/?lang=pt>
- MAIA, G; OLEGÁRIO, L. Rádio gaúcha e inteligência artificial: potencialidades e desafios na rotina produtiva In: **Jornalismo sonoro e inteligência artificial**: inovação, impacto, riscos e dilemas éticos [recurso eletrônico]. Cachoeirinha : Fi, 2026.
- MENDONÇA, Maria Adriana Morais de. Entre Timbres e Bytes – O Futuro da Locução de Rádio com a Inteligência Artificial. **Dissertação de Mestrado Comunicação Social** – Novos Media. Departamento de Comunicação da Escola Superior de Educação de Coimbra, Portugal. 2025.
- O'NEAL, James. Paul Schafer, Father of Radio Automation, Dead at 90. **Radio World**. 2021. Disponível em: <https://www.radioworld.com/news-and-business/paul-schafer-father-of-radio-automation-dead-at-90#:~:text=The%20big%20radio%20station%20equipment,have%20yet%20to%20be%20announced.&text=O'Neal,James%20E.,the%20IEEE%20and%20the%20SBE>.
- ORBEGOZO TERRADILLOS, J.; LARRONDO URETA, A.; PEÑA-FERNÁNDEZ, S.. Noticias con inteligencia artificial: percepción e impacto de audiencias y profesionales tras un experimento radiofónico. **Revista de comunicación**. Vol. 24 n.02, 2025
- PARRATT FERNÁNDEZ, S.; RODRÍGUEZ-PALLARES, M.; PÉREZ-SERRANO M. J. Artificial Intelligence in Journalism: An Automated News Provider. **index.comunicación**, 14(1), 183-205, 2024
- PRATA, Nair. **Webradio – novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.
- RADIO COMPUTING SERVICES. **Wikipédia**, 2025. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Radio\\_Computing\\_Services](https://en.wikipedia.org/wiki/Radio_Computing_Services). Acesso em: 22 jan. 2026.
- ROGERS, Everett M. **Diffusion of Innovations**. 5th ed. New York: Free Press, 2003.
- SCHMIDHUBER, Jürgen. Deep learning in neural networks: An overview. **Neural Networks**, v. 61, p. 85–117, 2015. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/1404.7828>
- SERTESP. Inteligência artificial gera 50 mil músicas por dia e reforça desafio do rádio como curador musical. 18 de novembro de 2025. Disponível em: <https://sertesp.org.br/inteligencia-artificial-gera-50-mil-musicas-por-dia-e-reforca-desafio-do-radio-como-curador-musical/>
- SET – Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão. Avanços da IA no Rádio Brasileiro – painel no SET Expo 2025. **SET Expo, 2025**. Disponível em: <https://set.org.br/2025-expo-painel/tbd/>.
- THE HISTORY OF INFORMATION. **The first widely used music scheduling system Selector, RCS**. Disponível em: <https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=1439>. Acesso em: 22 jan. 2026.
- TUDORÁDIO. Estudo aponta queda na efetividade de comerciais de rádio com uso indiscriminado de inteligência artificial. **Tudo Rádio**, 2 de setembro de 2025. Disponível em: <https://tudoradio.com/noticias/ver/33671-tendencias-estudo-aponta-queda-na-efetividade-de-comerciais-de-radio-com-uso-indiscriminado-de-inteligencia-artificial>
- TURING, Alan Mathison. Computing machinery and intelligence. **Mind**, v. 59, n. 236, p. 433-460, out. 1950.
- VAN DEN OORD, A. *et al.* WaveNet: A Generative Model for Raw Audio. **ArXiv**, 2016.
- YAGUANA ROMERO, H.; ARROBO-AGILA, JP; RENE JARAMILLO, A. Inteligência artificial na narrativa sonora. Um estudo de caso. **Analisi**, 66, 9–23. 2022.