

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E
COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

JÚLIA LEIVA COSTA

MUNDO DIGITAL: DESENVOLVIMENTO, IMPORTÂNCIA E DESAFIOS
PROGRAMETE DE RÁDIO

GOIÂNIA
2025

JÚLIA LEIVA COSTA

MUNDO DIGITAL: DESENVOLVIMENTO, IMPORTÂNCIA E DESAFIOS
PROGRAMETE DE RÁDIO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Escola de Direito, Negócios e Comunicação da
Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como
requisito final para obtenção do grau de Bacharel
em Jornalismo.

**Orientadora: Prof. Me. Denize Daudt dos
Santos Bandeira**

GOIÂNIA
2025

JÚLIA LEIVA COSTA

MUNDO DIGITAL: DESENVOLVIMENTO, IMPORTÂNCIA E DESAFIOS
PROGRAMETE DE RÁDIO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás - PUC Goiás, como requisito para a obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Me. Sabrina Moreira de Moraes Oliveira
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Prof. Me. Maria Carolina Giliolli Goos
Pontifícia Universidade Católica de Goiás

Prof. Me. Denize Daudt dos Santos Bandeira
Pontifícia Universidade Católica de Goiás
Professora Orientadora – Presidente da Banca Examinadora

Goiânia, 09 de junho de 2025

Dedico este trabalho à minha mãe, Angélica Leiva, ao meu pai, Marcos Alan, à minha irmã Isabela e aos meus avós Maria de Lourdes e José Leiva, que sempre me apoiaram com muito amor e que, graças aos seus esforços, me ajudaram a chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

A caminhada acadêmica não foi fácil, repleta de desafios de diversas naturezas. Contudo, sempre recebi muito apoio e carinho, deixando tudo um pouco mais leve. Assim, quero agradecer a todos que me ampararam, apoiaram e ajudaram a reduzir a minha autocobrança, não só nos meus 4 anos de faculdade como nos meus 23 anos de existência.

Este projeto foi fruto de uma mistura de ingredientes, começando com o meu amor pelo rádio, pela escrita e a vontade de colaborar com a disseminação correta e útil da informação. Pelo êxito deste projeto, agradeço primeiramente à minha orientadora, professora e mestre em Comunicação e Cidadania, Denize Daudt Bandeira, por aceitar me orientar em um tema muito popular, mas ainda não muito compreendido, me dando todo o suporte possível durante nosso período juntas. Também quero agradecer por todo o carinho e compreensão.

À minha família, em especial meus pais, Angélica e Marcos e minha irmã, Isabela, por estarem sempre comigo, no nosso pequeno núcleo ao qual sou muito grata, acreditando e me incentivando todos os dias. Aos meus avós, Maria de Lourdes e José, que sempre vibraram pelas minhas conquistas e me apoiaram ao máximo. E ao meu cunhado, Alexandre, que se tornou um irmão, obrigada pelo apoio e carinho.

Pelo apoio, ajuda, ensinamentos e compreensão da nossa equipe, agradeço ao Sage, Daniel e Rodrigo que muitas vezes me ajudaram com gravações, edições e me ensinaram a utilizar os programas de edição, sem os quais os programetes deste projeto não seriam possíveis.

Por fim, agradeço a todos os amigos e amigas que de alguma forma me ajudaram ou me deram suporte ao longo do desenvolvimento deste trabalho, em especial, Isabela, Felipe e Thiago, por todas as descontrações, conselhos, ajudas, risos e até broncas que me ajudaram a melhorar, não só neste trabalho como na vida.

RESUMO

O desenvolvimento tecnológico começou há milhares de anos, tendo como base a necessidade humana de se comunicar. Desde o desenvolvimento de simples ferramentas registradas através da arte rupestre na Idade da Pedra, ao avanço da engenharia na Idade Média, à revolução científica no Renascimento, à mecanização na Revolução Industrial e, finalmente, à invenção do computador, da internet, dos aparelhos smart, chegando aos avanços atuais da inteligência artificial, o homem busca criando novos meios para evoluir e perpetuar a sua história. A Era Digital promete uma série de atalhos não só para as grandes indústrias aliadas às Big Techs como para o cotidiano do cidadão comum. Este trabalho, que resultou em uma série de programetes de rádio sobre o tema, busca apresentar fatos, discutir, analisar e esclarecer como ocorreu o desenvolvimento da comunicação até o mundo digital que conhecemos hoje, perspectivas futuras, sua importância e os principais desafios enfrentados pelos produtores, fiscalizadores e usuários das novas tecnologias. Conteúdo acadêmico baseado na importância da comunicação no desenvolvimento da humanidade.

Palavras-chaves: Rádio. Programete. Digital. Tecnologia. Cidadania. Comunicação.

ABSTRACT

Technological development began thousands of years ago, based on the human need to communicate. From the development of simple tools recorded in cave art in the Stone Age, to the advancement of engineering in the Middle Ages, to the scientific revolution in the Renaissance, to mechanization in the Industrial Revolution and, finally, to the invention of the computer, the internet, smart devices, and to the current advances in artificial intelligence, man has sought to create new ways to evolve and perpetuate his history. The Digital Age promises a series of shortcuts not only for large industries allied with Big Tech but also for the daily lives of ordinary citizens. This work, which resulted in a series of radio programs on the subject, seeks to present facts, discuss, analyze and clarify how communication developed to the digital world we know today, future prospects, its importance and the main challenges faced by producers, inspectors and users of new technologies. Academic content based on the importance of communication in the development of humanity.

Keywords: Radio. Program. Digital. Technology. Citizenship. Communication.

SUMÁRIO

Introdução	9
CAPÍTULO I.....	11
REVISÃO DE LITERATURA.....	11
1. História da Cidadania	11
1.1 Cidadania no contexto atual	14
2. História do rádio	18
2.1 Características do rádio	22
2.2 Linguagem radiofônica.....	24
3. Ética no Jornalismo	27
CAPÍTULO II.....	30
MEMORANDO DE PRODUÇÃO.....	30
2. Conceito de programete e/ou pílulas	30
2.1 Pesquisa	30
2.2 Escrita dos programetes.....	31
2.3 Gravação e Edição	31
2.4 Vinheta e BG	31
3. Textos dos programetes	32
4. Material de pesquisa para a produção das pílulas e/ou programetes	42
Conclusão	44
Referências	46

Introdução

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) tem como objetivo promover o conhecimento e a conscientização sobre a era digital¹, com ênfase na Inteligência Artificial (IA), por meio da informação jornalística. Inicialmente, foi realizado um levantamento sobre o tema, que culminou nas escolhas dos tópicos que resultaram nas pílulas e/ou programetes de rádio, e uma pesquisa bibliográfica, que serviu de base para a escrita dos Capítulos I (Referencial Teórico) e II (Memorando de Produção).

O Capítulo I aborda o conceito e a história da cidadania, culminando na invenção da imprensa que, por sua vez, se tornou a grande responsável pela disseminação de ideias e informações. O texto promove ainda uma reflexão sobre o contexto atual da cidadania, principalmente entre grupos sub-representados. Esse capítulo traz também a história do rádio, citando descobertas de Michael Faraday, James Clerk Maxwell, Heinrich Hertz, Guglielmo Marconi e Nikola Tesla. O texto ainda resgata as pesquisas do padre brasileiro Roberto Landell de Moura, responsável pela primeira transmissão de ondas de rádio no Brasil, ganhando reconhecimento no país e nos Estados Unidos.

A trajetória do rádio no Brasil é lembrada a partir da primeira transmissão em território nacional ocorrida em 1922 durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro. Os experimentos da Rádio Clube de Pernambuco, realizados ainda em 1919, e os trabalhos desenvolvidos pelo professor Edgar Roquette-Pinto através da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira emissora oficial do país, integram também o debate, assim como as seguintes fases do veículo: 1919 a 1932 (implementação), 1932 a 1940 (estruturação), 1940 a 1955 (apogeu) e 1970 a 1983 (reestruturação).

O Capítulo I traz ainda o rádio em cenários de guerra ao descrever o papel do noticiário Repórter Esso, que tem sua origem durante a Segunda Guerra Mundial, e o uso do veículo durante a invasão das tropas russas na Ucrânia em fevereiro de 2022. A cobertura jornalística, a prestação de serviço e o entretenimento promovidos por meio do rádio durante a crise sanitária da pandemia de Covid-19 também foram destacados neste

¹ Nessa sociedade, as inovações são constantes e os rompimentos de modelos são inúmeros e acontecem de forma cada vez mais célere, revolucionando o estilo de vida e a forma como os seres humanos se relacionam (Rodrigues; Bechara; Grubba, 2020, p. 4).

TCC, tendo como base dados de levantamentos realizados pela Kantar IBOPE Media².

Foram abordadas ainda no Capítulo I as características do rádio e a linguagem radiofônica. O objetivo foi dar ênfase às peculiaridades do meio, fundamentais nos processos de produção. Por se tratar de um trabalho acadêmico que tem como produto programetes radiofônicos, o estudo descreve, ainda que brevemente, a função do produtor, profissional responsável por pensar a programação da emissora, assim como propor novos produtos. Esses temas foram descritos a partir de autores como Ferraretto, Haussen, McLeish e Balsebre.

O trabalho prático, descrito no Capítulo II, é composto por um pacote de programetes com 30 peças que abordam temas como fake news, inteligência artificial, uso excessivo de telas, ferramentas de assistente pessoal, algoritmo, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), psicologia e ética. O produto recebeu o título de “Mundo Digital” e foi criado para atingir um público amplo (ambos os sexos, todas as classes sociais e faixa etária 15+). A linguagem utilizada nos programetes tem como base as características do meio rádio (direta e concisa) e busca traduzir de forma simples termos técnicos.

²A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, *insights* e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos (Kantar IBOPE Media, 2025).

CAPÍTULO I

REVISÃO DE LITERATURA

1. História da Cidadania

A cidadania é um conceito histórico que envolve direitos, deveres e a participação ativa dos indivíduos em uma sociedade política. Nesse Trabalho de Conclusão de Curso, compreender esse conceito torna-se fundamental, especialmente em um contexto social marcado não apenas pelas lutas sociais por direitos, mas também pela emergência de um novo tema com amplo impacto: o uso da Inteligência Artificial³. A I.A. representa um desafio multifacetado, com repercussões nas esferas política, econômica e social. Além disso, levanta importantes questões sobre a privacidade e a ética no uso dos dados pessoais dos usuários dessas tecnologias.

Ao abordar a cidadania, é fundamental destacar que “é difícil datar com precisão o aparecimento do conceito [...]”. No entanto, “sabemos que o seu significado clássico associava-se à participação política” (Rezende Filho; Câmara Neto, 1995, p. 1). O próprio adjetivo ‘político’, por sua vez, já remete à ideia de pólis (Cidade-Estado Antiga). Nesse período, a base da cidadania era a naturalidade, apesar de suas especificidades para cada pólis. Como será apresentado ao longo dessa unidade, “[...] as mudanças nas estruturas socioeconômicas incidiram, igualmente, na evolução do conceito e da prática da cidadania, moldando-os de acordo com as necessidades de cada época” (Rezende Filho; Câmara Neto, 1995, p. 1). E se na Grécia a cidadania era restrita, em Roma a situação não era diferente.

Sociedade escravista, baseada nas ‘gens’ (famílias), era dominada pelos patrícios, os quais detinham a cidadania e os direitos políticos. À plebe, constituída de romanos não nobres e de estrangeiros, não cabia qualquer tipo de direito. Este quadro alterou-se aos poucos, possibilitando o acesso à cidadania a todos os romanos de nascimento, mesmo que fossem escravos libertos (Rezende Filho; Câmara Neto, 1995, p. 3).

Em 450 a.C., os romanos estabeleceram, por exemplo, a Lei das Doze Tábuas, que oficializou os direitos dos que agora podiam votar, ocupar cargos públicos e ter direitos

³ A inteligência artificial é um campo da ciência da computação voltado ao desenvolvimento de algoritmos e sistemas capazes de realizar tarefas, utilizando grandes bases de dados. Entre as aplicações, destaca-se o processo de aprendizado de máquina, mineração de dados, reconhecimento facial, diagnóstico por imagem, modelos de linguagem que trazem grande impacto e várias discussões tais como, o ChatGPT; o gerador de imagens como o Midjourney e o DALL-E 2 etc (OLHARDIGITAL, 2022, apud Moraes; Branco, 2023, p. 3).

jurídicos garantidos. No entanto, assim como na Grécia, era obrigatório o serviço militar. Nesse período, foi instituído o pagamento de impostos e os julgamentos por meio dos direitos romanos. Já em 212 d.C., o imperador Caracala concedeu status "universal" à cidadania romana, ou seja, todos os homens livres do Império passaram a ser cidadãos de Roma, algo limitado à elite na Grécia Antiga. Marcos que refletem mudanças sociais, políticas e consequentemente jurídicas, constantemente assinaladas por avanços nas lutas pelos direitos civis que seguem até os dias atuais.

Na Idade Média, assinalada por mudanças nas esferas sociais, políticas e econômicas, a cidadania estava diretamente vinculada à presença da igreja, o que ressignificou o conceito. “Estas alterações permitem-nos visualizar duas realidades distintas em termos sociais, mas muito parecidas na esfera política. Desse modo, devemos pensar, igualmente, em dois tipos de cidadania” (Rezende Filho; Câmara Neto, 1995, p. 4). Nesse período ganha destaque a nobreza e o clero. Já “os camponeses subordinavam-se à nobreza, responsável pela redenção de todos” (Rezende Filho; Câmara Neto, 1995, p. 5). Conforme os autores,

Era, portanto, uma sociedade de ordens, diferenciadas tanto política quanto juridicamente. Clero e Nobreza detinham, respectivamente, saber e poder e, conseqüentemente (*sic*), os direitos advindos do termo cidadania. Servos permaneciam alheios aos privilégios dos ‘cidadãos’, não podendo acessar o poder público, sem a mediação de outro estamento, detentor de maior poder (1995, p. 5).

Essa realidade começa a ganhar novas configurações na Baixa Idade Média. Dentre as características deste período está o renascimento urbano e a formação dos Estados Nacionais. Nesse período, voltou a ganhar forças a noção de Estado centralizado e a de cidadania como a concessão de direitos políticos. É importante destacar também o papel da burguesia mercantil, com seus interesses econômicos, políticos e, claro, sociais. Esse contexto foi importante já que “algumas das características específicas do mundo moderno são o resultado de um conjunto de transformações institucionais fundamentais que tiveram início na Europa durante o último período da Idade Média” (Thompson, 1998, p. 47).

Thompson (1998), em *A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia*, destaca ainda o impacto das inovações tecnológicas, como a prensa móvel de Johannes Gutenberg no século XV. “O desenvolvimento das primeiras máquinas impressoras foi assim parte e parcela do crescimento da economia capitalista do fim da Idade Média e início da Europa moderna” (Thompson, 1998, p. 54). O autor destaca ainda que:

(...) com o advento das sociedades modernas no último período da Idade Média e início da era moderna, uma transformação cultural sistemática começou a ganhar um perfil mais preciso. Em virtude de uma série de inovações técnicas associadas à invenção da impressão e, conseqüentemente (*sic*), à codificação elétrica da informação, as formas simbólicas começam a ser produzidas, reproduzidas e distribuídas numa escala sem precedentes. Os modelos de comunicação e interação se transformam de maneira profunda e irreversível (1998, p. 49).

A invenção de Gutenberg possibilitou a disseminação de informações e facilitou a circulação de ideias, como a Reforma Protestante de Martinho Lutero, que questionou a autoridade e as práticas da Igreja Católica, levando a uma série de mudanças religiosas e sociais na Europa, situação que refletiu na própria concepção de cidadania (Thompson, 1998). Informações que alimentou o comércio e deu início ao que viria a ser a publicidade (comercial em torno da leitura) no século XVIII. A prensa de Gutenberg também marcou o fim do domínio da Igreja Católica sobre os textos sagrados, possibilitando a impressão da Bíblia, - a primeira cópia ficou então conhecida como a “Bíblia de Gutenberg” -, e, em seguida, dos panfletos luteranos publicados como parte da Reforma Protestante no século seguinte.

Johann Gutenberg também abriu portas para o Renascimento na Europa, movimento fundamental para as diversas transformações culturais e intelectuais que marcaram os séculos XIV, XV e XVI, transitando da Idade Média à Idade Moderna. O Renascimento, que surgiu na Itália e se espalhou pelo território europeu, tinha como centralidade a razão, rompendo assim com os princípios católico-cêntricos da Idade Média. Era o antropocentrismo se impondo ao teocentrismo, priorizando os estudos da filosofia, artes e literatura. Nesse contexto, em que afloram os pensamentos crítico e científico, a circulação de informação também passa a ocupar um papel estratégico, o que resultará no surgimento da imprensa.

Já o século XVIII foi marcado pela Revolução Francesa (1789-1799), que exerceu influências importantes na economia, na política, na educação e na circulação de informação. Em 1789, no início da Revolução, por exemplo, foi criada a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, proclamando a igualdade de direitos para todos, com base nos princípios de ‘liberdade, igualdade e fraternidade’ (lema da França). Na época, o país convivia com conflitos significativos, como a disputa entre os grupos revolucionários girondinos e jacobinos. O primeiro, representado pela alta burguesia, defendia uma monarquia constitucional. O segundo, reconhecido pela postura radical em relação à revolução, apoiava a república.

O período do Terror (1793-1794), liderado por Robespierre, levou à execução em massa de opositores e revolucionários. A população francesa vivia em condições de miséria, enfrentando a fome e o desemprego, devido à crise financeira da época. Tal circunstância provocou inúmeras revoltas populares, como a Marcha sobre Versalhes, liderada por mulheres, forçando a fuga da família real para Paris e marcando o fim da monarquia francesa, o que possibilitou uma reforma governamental sangrenta. Contudo, é necessário lembrar que o pós-revolução foi definido pelo autoritarismo de Napoleão Bonaparte.

A Revolução Francesa, ao revogar os privilégios da aristocracia e separar a Igreja do Estado, redefiniu os princípios fundamentais da cidadania. Esse movimento não apenas consolidou o capitalismo, fortalecendo o comércio e a burguesia, como também marcou o fim do sistema feudal, promovendo uma mudança estrutural na sociedade. A transformação na relação de propriedade de terras, um dos efeitos diretos da revolução, contribuiu significativamente para essa reconfiguração social. Sem dúvida, a Revolução Francesa inspirou diversos outros movimentos de luta por direitos ao redor do mundo. No entanto, é crucial adotar uma perspectiva crítica sobre os desafios contemporâneos relacionados à ausência ou ao não reconhecimento de direitos, questões que serão aprofundadas na próxima unidade.

1.1 Cidadania no contexto atual

Hoje, pode-se afirmar que “ser cidadão é ter direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: é, em resumo, ter direitos civis. É também participar no destino da sociedade, votar, ser votado, ter direitos políticos [...]” (Pinsky, 2008, p. 9). Podemos acrescentar ainda aos elencados pelo autor os direitos sociais e/ou coletivos. Entretanto, apesar dos avanços, algumas lutas são atemporais e perduram até a atualidade, como pelos direitos de negros, mulheres, povos originários, membros da comunidade LGBTQIAPN+, entre outros grupos historicamente sub-representados.

A batalha pelos direitos dos negros, por exemplo, é contínua. No Brasil, esta é uma luta social marcada por acontecimentos como o surgimento dos quilombos, no século XVI, e a abolição da escravatura em 1888, com a declaração da Lei Áurea, sancionada pela Princesa Isabel, impactando no direito à liberdade de mais de 700 mil escravizados. Contudo, a Lei Áurea não garantia nenhum auxílio para os ex-escravizados após a abolição. Então, apesar de livre, essa população enfrentou problemas econômicos e continuou à mercê de uma sociedade racista. A falta de trabalho digno levou a situações precárias e de marginalização.

Já nos Estados Unidos, a abolição da escravatura, que ocorreu em 1865 com a 13ª Emenda, ou seja, 23 anos antes do Brasil, também não colocou fim à segregação racial. As Leis Jim Crow, implementadas no final do século XIX e início do século XX, que entraram em vigor no sul do país, por exemplo, restringia os direitos dos negros e reforçava a discriminação. Em contrapartida, surgiram organizações de resistência, como os Panteras Negras, que combatiam a violência policial e as próprias Leis Jim Crow. Movimentos pelos Direitos Cívicos, como o boicote aos ônibus de Montgomery, em 1955, quando Rosa Parks se recusou a ceder seu lugar no transporte, e a Marcha sobre Washington, em 1963, liderada por Martin Luther King Jr., com seu famoso discurso “I Have a Dream” (Eu Tenho um Sonho), inspiraram e continuam inspirando a luta por igualdade, pelo fim do racismo e da truculência policial em diversos países.

A resistência liderada por Nelson Mandela contra o sistema do Apartheid na África do Sul (1948 - 1994) e a criação do movimento Black Lives Matter (Vidas Negras Importam) em 2013 também evidenciam a luta por direitos. Ana Maria D’Ávila Lopes, professora do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade de Fortaleza (Unifor), ressalta que:

O abismo entre teoria e realidade, a defasagem entre a norma e sua efetiva aplicação são cada vez maiores, pois, quanto maior é a teorização sobre o Direito, mais este se afasta da realidade que pretende regular; contrariamente, quanto maior é a dose de praticidade outorgada, mais ilegítimo ele se torna (Lopes, 2011, p.7).

Ao citar o filósofo político Norberto Bobbio, Ana Maria D’Ávila Lopes destaca, assim como Bobbio em A Era dos Direitos, que o maior problema para a consolidação de direitos na modernidade está na sua efetivação:

Em pleno século XXI, os direitos humanos continuam sendo desrespeitados em quase todas as partes do mundo, evidenciando que a Declaração Universal de 1948 não foi senão o primeiro passo do processo de sua universalização. Esse problema da falta de efetividade dos direitos humanos vem se tornando um impostergável desafio a ser enfrentado por toda a humanidade, haja vista os direitos humanos serem condição sine qua non de convivência democrática, conforme os ensinamentos de Bobbio. Não há dúvida que sem direitos humanos não há democracia. Contudo, sem uma fundamentação ética, fundada no respeito à dignidade de todos os seres humanos, não é nem será possível garantir a efetividade desses direitos, nem a consequente consolidação da democracia, tão ambicionada por Bobbio (Lopes, 2011, p.18).

A visão de Ana Maria D'Ávila Lopes também explica a contínua luta por direitos das mulheres e de outros grupos sub-representados, como citado anteriormente. A conquista do direito ao voto feminino, por exemplo, só foi efetivada no final do século XIX e início do século XX. Na Nova Zelândia, o direito ao voto das mulheres foi instituído em 1893, e, nos Estados Unidos, em 1920, com a 19ª Emenda. E, apesar da Declaração Universal dos Direitos Humanos, instituída em 1948, enfatizar que o sufrágio universal é um direito humano básico, ainda hoje, as mulheres lutam pela representatividade na política.

No mercado de trabalho, as mulheres ainda enfrentam barreiras para ocupar cargos de gestão, - que continuam majoritariamente liderados por homens -, e pelo fim da desigualdade salarial. Segundo levantamento realizado pelo Governo Federal e postado na plataforma gov.br em março de 2024, com base em informações de quase 50 mil estabelecimentos comerciais, as mulheres brasileiras recebem 19,4% a menos que os homens em cargos mais simples e a diferença chega até 25,2% em cargos de dirigentes e gerentes (GOV.BR, 2024).

Em 1988 foi instaurada a Constituição Federal do Brasil, conhecida como a Constituição Cidadã. O documento é de extrema importância por consolidar os direitos fundamentais, garantir a democracia e a participação política de todos os cidadãos, além de promover a inclusão social e a luta contra desigualdades históricas. No entanto, nos últimos anos, a ascensão da Extrema Direita no país tem afetado diversos movimentos que lutam por direitos individuais e sociais, uma vez que o crescimento de discursos conservadores leva à adoção de políticas anti-direitos de grupos sub-representados, reforçando os dados apresentados. No documentário Decodificando a Extrema Direita, de Michel Gherman, coordenador do Núcleo Interdisciplinar de Estudos Judaicos da Universidade Federal do Rio de Janeiro (NIEJ-UFRJ), ele diz que:

Quando a gente hoje trabalha com a gramática da Extrema Direita Contemporânea, entendemos que depois de muito tempo que as palavras, os significantes são os mesmos. O que muda efetivamente é a capacidade de compreensão dos significados. O uso político perpassado por medo, ódio e outras emoções fundamentais para a construção de uma nova Extrema Direita é que acaba produzindo uma nova linguagem (Gherman, 2024, YouTube).

A extrema-direita tem se valido das redes sociais para propagar discursos de ódio, articular movimentos antidemocráticos, - como o ocorrido no Brasil em 8 de janeiro de 2023, em Brasília, contra as instituições democráticas -, e espalhar o medo por meio da disseminação de informações falsas. Esse cenário torna-se ainda mais alarmante com o uso crescente de

Inteligência Artificial, que facilita a manipulação de imagens, sons e outros conteúdos, ampliando o problema. O impacto desse uso indevido de tecnologias foi particularmente evidente durante a pandemia de Covid-19 (2020-2023), quando a desinformação levou ao consumo irresponsável de medicamentos e ao fortalecimento do movimento antivacina.

Nesse contexto, a comunicação e a informação desempenham um papel crucial. Sem uma checagem rigorosa, responsável e ética das informações, - como foi amplamente demonstrado durante a crise sanitária -, o resultado pode ser desastroso. Nesse sentido, destaca-se a relevância do jornalismo. Durante a pandemia, a criação de um consórcio de veículos de imprensa, em junho de 2020, foi um esforço fundamental para garantir a transparência e a precisão dos dados sobre a Covid-19 e sobre a vacinação, ajudando a combater a desinformação em um momento de grande fragilidade.

A imprensa, que desempenhou papel relevante durante a pandemia da Covid-19, tem sua história marcada no Brasil pelo lançamento do Correio Braziliense, em Londres, no dia 1º de junho de 1808, e na criação da Gazeta do Rio de Janeiro, em 10 de setembro do mesmo ano, pela Impressão Régia, instituída no reinado de Dom João VI. Ainda assim, ao contrário dos outros países da América Latina, a imprensa no Brasil se desenvolveu de forma tardia e entrou no século XIX sem tipografia, jornais ou universidades (BNDIGITAL, 2025).

O editor responsável pelo Correio Braziliense era Hipólito José da Costa, hoje conhecido como patrono da 17ª cadeira da Academia Brasileira de Letras. Contudo, na época, sua fama era de "incendiário agitador liberal", - ou seja, começava incêndios como forma de protesto contra a coroa e as opressões de Dom João VI sobre o que podia ser dito sob o olhar rigoroso da Impressão Régia - e, por isso, ao invés de ser preso, foi exilado na Inglaterra. Logo, pode-se afirmar que apesar do principal jornal da época, Gazeta do Rio de Janeiro, não apresentar liberdades críticas, a imprensa brasileira nasceu três meses antes, livre, anárquica e certamente não bajuladora (BNDIGITAL, 2025).

Nelson Werneck Sodré, em História da imprensa no Brasil (2011), destaca que a história da imprensa está diretamente associada ao desenvolvimento da sociedade capitalista. Isso porque, segundo o autor, o controle dos meios de difusão de ideias e de informações passa a integrar a disputa cultural, social e política dos grupos emergentes da sociedade moderna. Imprensa que tem na máquina de prensa, criada pelo alemão Johann Gutenberg (1398-1468), no século XV, um importante marco histórico, como demonstrado anteriormente, o que evidencia a relação da imprensa com os avanços tecnológicos, que levaram ao invento do rádio,

da televisão e da internet, que promovem a comunicação de largo alcance. E, por se tratar de um trabalho que resultou em produtos radiofônicos, na próxima unidade será abordada a história do rádio, com ênfase no Brasil.

2. História do rádio

O primeiro passo para a evolução da comunicação a partir do telégrafo, - que ocorre por meio da conexão de dois pontos -, veio em 1831, quando o cientista Michael Faraday descobriu a indução magnética, que foi o primeiro passo para a criação da comunicação sem fio. Alguns anos depois, em 1860, o físico James Clerk Maxwell criou a teoria de ondas eletromagnéticas e, em 1886, Heinrich Hertz conseguiu confirmar os estudos do cientista escocês ao gerar e detectar ondas de rádio em seu laboratório. A partir das descobertas de Hertz, o italiano Guglielmo Marconi desenvolveu, em 1895, um sistema de transmissão de sinais telegráficos sem fio e, no ano seguinte, obteve a primeira patente para o sistema. Já em 1897, o italiano fundou a *Wireless Telegraph & Signal Company* (Companhia de telegrafia e sinal sem fio), a primeira companhia de rádio de Londres, que mais tarde se tornaria a Marconi Company.

Na virada do século, em 1901, Marconi conseguiu realizar a primeira transmissão radiofônica transatlântica, mas ainda simples, enviando a letra “S” em código Morse do Reino Unido ao Canadá. Até então, a transmissão ainda era muito diferente da atual, realizada apenas por sinais. Por seu trabalho, Guglielmo Marconi recebeu o título de inventor do rádio, apesar de não ser o único a contribuir para a sua criação. Esse contexto revela que, "embora o senso comum atribua a invenção do rádio ao italiano [...], pode-se afirmar que a radiodifusão sonora constitui-se no resultado do trabalho de vários pesquisadores em diversos países ao longo do tempo [...]" (Ferraretto, 2001, p. 80).

A invenção do aparelho de rádio em 1896 por Marconi, que montou o primeiro sistema prático de telegrafia sem fios (TSF) com equipamentos patenteados por Nikola Tesla, - responsável por realizar experimentos pioneiros no campo da comunicação wireless em 1893 - , e que serviu como base para o rádio, por exemplo, abriu caminhos para o desenvolvimento tecnológico que possibilitou o invento da televisão e o desenvolvimento da internet (Wi-Fi, Bluetooth e GPS). O responsável pela primeira é o norte-americano Philo Farnsworth (1927). Já a internet só surgiu como protótipo militar em 1969 com o nome *Arpanet* (*Advanced Research Projects Agency Network*).

Ao abordar a história do rádio também é importante destacar os trabalhos realizados pelo padre brasileiro Roberto Landell de Moura. Conhecido por inventores norte-americanos e

europeus e ignorado à época no Brasil, seus experimentos serviam de referência para as patentes de telecomunicação dos Estados Unidos na época. Conforme Ferraretto (2001, p. 85), “[...] o desconhecimento a respeito das pesquisas de Roberto Landell de Moura pode ter raízes políticas e econômicas”. Segundo registros, a primeira transmissão de ondas de rádio em solo brasileiro realizada pelo padre inventor ocorreu entre o Colégio Santana (Zona Norte de São Paulo) e a Ponte das Bandeiras, uma distância de quatro quilômetros, no dia 16 de julho de 1899.

Ao mesmo tempo em que eram realizadas pesquisas na Europa e na América do Norte, o padre brasileiro Roberto Landell de Moura obtinha em seus experimentos resultados, segundo os divulgadores de suas pesquisas, por vezes superiores aos dos cientistas estrangeiros. As suas primeiras experiências com transmissão e recepção de sons por meio de ondas eletromagnéticas teriam ocorrido entre 1893 e 1894 (Ferraretto, 2001, p. 83).

Apesar das experiências de Roberto Landell de Moura, a história da radiodifusão no Brasil, oficialmente, começou há mais de 100 anos, quando foi realizada a primeira transmissão de rádio no país, no dia 7 de setembro de 1922, durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, que comemorava o centenário da independência. Para lembrar a data, as empresas *Westinghouse* e *Western Electric*, ambas sediadas nos Estados Unidos, montaram transmissores na Praia Vermelha e no Corcovado, no Rio de Janeiro, para divulgar seus produtos. Na ocasião, “foram distribuídos 80 receptores por meio de alto-falantes” (Ferraretto, 2001, p. 94). O discurso do então presidente Epitácio Pessoa, que integrou a programação, que contou também com músicas e entrevistas, alcançou as cidades de Niterói e Petrópolis, na então capital do país, chegando ainda à cidade de São Paulo.

Apesar do experimento marcar a história do rádio no Brasil, em 1919 já estava funcionando, em caráter experimental, a Rádio Clube de Pernambuco.

No dia 6 de abril de 1919, jovens da elite recifense fundaram a entidade em um velho sobrado do bairro de Santo Amaro. Nos anos seguintes, eles se dedicaram a experiências com recepção radiotelefônica. Liderados por Augusto Pereira e financiados pelo industrial João Cardoso Aires, os sócios da Rádio Clube adquirem alguns equipamentos da Westinghouse durante a Exposição do Centenário da Independência. Com um aparelho radiotelegráfico adaptado à emissão de sons, mais um amplificador e um transmissor de 10 watts da indústria norte-americana, transmitem de modo irregular a partir de 17 de outubro de 1923 (Ferraretto, 2001, p. 95).

O antropólogo e professor Edgar Roquette-Pinto, que acompanhou a transmissão durante a Exposição Internacional do Rio de Janeiro, viu no novo veículo a possibilidade de

levar cultura e educação ao povo brasileiro. No ano seguinte, Roquette-Pinto colocou no ar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, considerada a primeira emissora do país. “O idealismo dos pioneiros do rádio cunha para a primeira emissora do país o slogan ‘Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil’” (Ferraretto, 2001, p. 97).

Roquette-Pinto também era médico, escritor e educador. Ele foi um dos principais responsáveis pela introdução do rádio como meio de comunicação no Brasil, buscando implementá-lo como uma forte ferramenta para a disseminação da cultura e da educação. Para o antropólogo, o rádio não deveria ser apenas um meio de entretenimento, mas uma ferramenta para a democratização do conhecimento.

Até o final dos anos 1920, o rádio seguia o ideal de Roquette-Pinto, com fins educativos, culturais e científicos, em uma produção de caráter experimental, e sem fins lucrativos, por isso o termo de clubes e sociedades. Contudo, a partir de 1930, essa proposta começa a apresentar uma mudança significativa em suas estruturas. O rádio ganha espaço político, com a ascensão de Getúlio Vargas ao poder, e passa a contar com publicidade, por meio do Decreto-Lei 21.111, de 1932. Também nesse período, “a programação radiofônica começava a experimentar a diversidade de gêneros. Em 1931, por exemplo, “[...] iniciaram-se os programas humorísticos [...] na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro” (Haussen, 2001, p. 32).

Esse novo contexto possibilitou a profissionalização do meio-rádio, que passou a contratar locutores, jornalistas, músicos, atores e humoristas. A introdução da publicidade na programação, a fim de financiar a emissora, tornou o rádio em um negócio rentável. Com a contratação de profissionais para conduzir os programas, a variedade no catálogo da programação se ampliou com a transmissão de radionovelas, programas de auditório, transmissões esportivas, debates políticos e noticiários. Mudança que consequentemente colaborou para a popularização do rádio, que viveu sua Era de Ouro entre os anos de 1940 e 1950. Ferraretto (2001), ao abordar a história do veículo, apresenta as seguintes fases: a implementação no Brasil, que compreende os anos 1919 a 1932; a estruturação, entre os anos 1932 e 1940; o apogeu do rádio espetáculo, entre 1940 e 1955; e a reestruturação, dos anos 1970 a 1983.

Durante a “Era de Ouro (1940-1955)” a programação do rádio era constituída de programa de auditório, rádio humor e radioteatro e as famosas radionovelas. Muitos desses formatos, anos depois, iriam compor a programação da televisão. Também foi do rádio que a TV adaptou o Repórter Esso, assim como a locução impostada de seus locutores. Também têm

origem no veículo os breaks comerciais, a venda de anúncios, a prestação de serviços de utilidade pública, os debates, e, claro, as transmissões dos jogos de futebol. A influência foi tão grande que a TV chegou a ser descrita como ‘o rádio com imagem’.

Em tempos de guerra, o rádio se tornou a fonte oficial de notícias sobre os combatentes e os campos de batalha. No Brasil, o Repórter Esso, que transmitia as notícias da Segunda Guerra Mundial, também foi responsável pela primeira redação voltada especificamente para o veículo rádio. “Através de suas edições se forjou o primeiro modelo organizado de noticiário com características próprias do veículo” (Jung, 2004, p. 32). Mais de um século após seu surgimento, o veículo repetiu o feito ao se tornar a principal fonte de informações na Ucrânia no início da invasão das tropas russas (2022). Na capital Kiev, todas as emissoras passaram a executar a mesma programação jornalística garantindo a credibilidade dos conteúdos.

Durante a pandemia da Covid-19 o rádio também mostrou sua capacidade de mobilização e seu alcance social. A Kantar Ibope divulgou pesquisa que atestou a força do rádio em crises sanitárias, como a enfrentada entre os anos de 2020 e 2023. E, ainda segundo o instituto, dos entrevistados pela pesquisa, 74% afirmaram ouvir rádio com a mesma intensidade ou até mais após as medidas de isolamento social, enquanto 20% dos entrevistados disseram ouvir rádio muito mais após o isolamento (ABERT, 2020).

Assim como outros meios de comunicação, o rádio se adaptou ao longo dos anos às novas tecnologias. Hoje, o ouvinte não precisa mais estar fisicamente próximo de um aparelho ligado à tomada para acompanhar a programação. Quando alguém diz "escutei no rádio", já não é possível saber se essa pessoa estava ao lado de um rádio convencional, no carro, utilizando um aplicativo no celular ou acessando o site da emissora. Esse fenômeno reflete a longevidade do rádio e sua capacidade de se reinventar frente às inovações tecnológicas. No entanto, muitas das características tradicionais desse meio continuam a influenciar sua produção e forma de consumo.

2.1 Características do rádio

O rádio nasceu com a missão de informar, uma das suas principais características até os dias atuais. No início de suas transmissões, o veículo dependia do impresso, com boa parte das notícias sendo lidas diretamente pelos locutores a partir dos jornais. Com o tempo, no entanto, a informação no rádio ganhou uma agilidade crescente, o que reforçou outra característica marcante desse meio: a instantaneidade. Até a chegada da internet, essa rapidez colocava o

rádio como um dos principais veículos de comunicação e informação. Além disso, o rádio se destaca pelo seu alcance a públicos com diferentes níveis de escolaridade, característica fundamental do meio. Essa capacidade de atingir uma ampla audiência foi, por exemplo, o que despertou a afeição do professor Roquette-Pinto pelo veículo. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro desempenhou um papel significativo nesse processo, contribuindo para a popularização e consolidação do rádio como uma importante ferramenta de comunicação.

A informação divulgada pelo rádio através de boletins, informes e jornais ganha ainda mais relevância pelo caráter local. O rádio é capaz de aproximar o ouvinte de realidades cotidianas, como um buraco na rua, e de realidades distantes, como o ataque do grupo armado Hamas a Israel, em outubro de 2023. Assuntos rotineiros ou complexos são tratados pelo rádio de forma clara, direta e acessível. Por não precisar de imagens, os fatos são relatados praticamente em tempo real. Essas características, aliadas à voz do locutor/locutora, torna o veículo um meio íntimo. “Trata-se de um veículo cego, mas que pode estimular a imaginação, de modo que logo ao ouvir a voz do locutor o ouvinte tente visualizar o que ouve, criando na mente a figura do dono da voz” (McLeish, 1999, p. 15).

Cabe a esse profissional descrever fatos, sensações e cenários utilizando técnicas específicas. “Os recursos sonoros apresentam uma função gramatical - de pontuação, poderíamos dizer - que adverte o ouvinte quanto à mudança de conteúdos e seções. Desempenham, igualmente, uma função descritiva, de ambientação de conteúdos [...]” (Ortiz; Marchamalo, 1994, p. 110). Se a não necessidade de imagens torna o veículo ágil, por outro lado, o torna desafiador. A comunicação oferecida pelos profissionais do rádio possui detalhes únicos, já que:

Por meio de sons somos capazes de transmitir sensações, conceitos ou representações. Ou, com outras palavras, por intermédio do som codificamos uma série de sinais com os quais o receptor cria determinadas situações ou imagens. Esse código de comunicação apresenta diferentes níveis de percepção e interpretação, dependendo dos mecanismos - nacionais ou emocionais - que intervêm em seu processo de decodificação (Ortiz; Marchamalo, 1994, p. 57).

A agilidade na transmissão da informação, associada ao companheirismo proporcionado pelo veículo, confere também ao rádio muita confiabilidade, duas das características do meio que não diminuíram com o advento da internet. Como lembra McLeish (1999, p. 16), ao diferenciar o rádio de outros veículos de comunicação, “o rádio é muito mais algo pessoal, que vem direto para o ouvinte”. Pode-se elencar ainda como características do rádio, conforme o

autor, que o veículo não possui fronteiras, podendo alcançar pessoas de todos os níveis sociais, com ou sem escolaridade; tem natureza efêmera, dependendo assim da capacidade do produtor radiofônico em trabalhar com uma linguagem clara e direta, que será abordada na próxima unidade do trabalho; ser pano de fundo para outras atividades do ouvinte; surpreender aqueles que acompanham uma programação, principalmente nos programas musicais.

Como lembra McLeish:

Desde as tentativas dos primeiros experimentos, o rádio se expandiu até se tornar um meio de comunicação quase universal. Percorre o mundo em ondas curtas, ligando continentes numa fração de segundos. Dá um salto até os satélites para imprimir sua marca em uma quarta parte do globo terrestre. Traz esse mundo para aqueles que não sabem ler e ajuda a manter contato com os que não podem ver (1999, p. 15).

Havia quem acreditasse que a televisão seria o fim do rádio. Não foi. O mesmo aconteceu com a internet. O rádio, no entanto, manteve-se firme e não se abalou com as plataformas de streaming. Ao invés disso, emprestou a maneira de gerar conteúdo mais uma vez para os novos suportes. Foi no rádio que surgiu o bate-papo apenas com áudio, que a internet batizou de podcast. No Brasil, o rádio segue sendo um dos principais veículos informativos, como afirma dados da Kantar IBOPE Media, “Inside Radio” de 2022. Conforme o levantamento, o rádio era ouvido (em 2022) por 83% da população nas 13 regiões metropolitanas pesquisadas, aumento de três pontos percentuais em relação em 2021. A mesma pesquisa aponta que cada ouvinte passava 3 horas e 58 minutos por dia escutando rádio (ACAERT, 2022).

O rádio é um meio de comunicação sonoro com um alcance abrangente, atingindo diversas regiões e classes sociais, como já mencionado. Por ser um veículo que não utiliza recursos visuais, sua linguagem precisa ser clara e envolvente, de modo que o ouvinte se identifique com a emissora, seus locutores e a programação. Considerado um meio lúdico, o rádio estimula a imaginação do ouvinte. Por isso, o produtor de rádio deve estar atento a todos os elementos de sua linguagem, que será explorada mais detalhadamente a partir deste ponto do trabalho.

2.2 Linguagem radiofônica

Segundo Robert McLeish (1999), a linguagem radiofônica é um elemento essencial e específico do meio, mas que deve se aproximar da fala cotidiana, como uma conversa entre o

locutor e o ouvinte, buscando criar conexão e intimidade. Diante desse contexto, McLeish (1999) reforça a necessidade de uma linguagem objetiva, sem complexidade excessiva, lembrando que, por se tratar de uma programação transmitida em tempo real, o ouvinte só tem uma chance de absorver a informação, o que reforça sua natureza efêmera.

Já Armand Balsebre (2005, p. 328), ao discutir o tema, ressalta que “a comunicação será mais completa e eficaz dependendo da proximidade sócio-cultural dos códigos do emissor e do receptor”. O autor reforça ainda que: “Para a eficácia da mensagem é também necessário um equilíbrio entre informação estética e semântica, pois ambas representam de forma mais completa a polissemia que abrange toda produção de significado e sua interpretação em um contexto comunicativo” (Balsebre, 2005, p. 328).

Balsebre (2005, p. 327), ao abordar a linguagem radiofônica, destaca que “o rádio é um meio de comunicação, difusão e expressão que tem duas metas importantes; a reconstituição e a recriação de um mundo imaginário e fantástico, ‘produtor de sonhos para espectadores, perfeitamente despertos’”. Ao abordar essas características, ressalta que “a linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio” (2005, p. 329). Linguagem que se reflete em um material sonoro capaz de “[...] transmitir sensações, conceitos ou representações” (Ortiz; Marchamato, 2005, p. 57).

Ortiz e Marchamato (2005, p. 57) lembram ainda que “[...] por intermédio do som codificamos uma série de sinais com os quais o receptor cria determinadas situações ou imagens”. Aqui percebe-se uma interlocução da linguagem do rádio com as características do veículo como meio de comunicação sonoro. Promover imagens mentais, por exemplo, exige do produtor radiofônico um texto claro, direto e objetivo, que associado à música, aos efeitos sonoros e ao silêncio promoverá uma experiência estética ao ouvinte.

Sobre esse assunto, McLeish (1999, p. 328) reforça que “para a eficácia da mensagem é também necessário um equilíbrio entre informação estética e semântica, pois ambas representam de forma mais completa a polissemia que abrange toda a produção de significado e sua interpretação em um contexto comunicativo”. Essa postura é essencial não só para a compreensão da mensagem como para a própria mensagem. McLeish ressalta a necessidade de uma linguagem que se aproxime do contexto do ouvinte e/ou público-alvo e, assim como Ortiz e Marchamato (2005), cita a importância dos elementos: música, ruído, silêncio e efeitos sonoros.

Balsebre (2005), a exemplo de McLeish (1999), afirma que, mesmo que o rádio proporcione uma relação mais íntima que a televisão, não se limita a um indivíduo e é um dos meios mais acessíveis e democráticos em termos de consumo. É Balsebre (2005) que propõe, - além de uma reflexão sobre como cada um dos elementos da linguagem radiofônica devem ser pensados e utilizados pelo produtor radiofônico -, um sistema semiótico para o rádio, composto pela própria linguagem, pela tecnologia e pelo ouvinte. A linguagem pode ser observada nos produtos radiofônicos, por meio do texto locutado, que deve refletir as características do veículo, das trilhas musicais e BGs (background) e dos efeitos sonoros, que ajudam o ouvinte a formar uma imagem mental do que está indo ao ar.

Resumindo, então, a linguagem radiofônica é o conjunto de formas sonoras e não sonoras representadas pelos sistemas expressivos da palavra, da música, dos efeitos sonoros e do silêncio, cuja significação vem determinada pelo conjunto de fatores que caracterizam o processo de percepção sonora e imaginativo-visual dos ouvintes (Balsebre, 2005, 329).

Balsebre (2005) reforça a importância de tratar a tecnologia a partir de uma perspectiva ética, já que é por meio dela que o produtor corta, cola e transforma a realidade. “A montagem é ainda responsável pela construção de um repertório de possibilidades significativas que define o nexo ou a união entre seqüências (*sic*)” (Balsebre, 2005, p. 335). Nesse viés, é enfatizada a função social do meio radiofônico, que possui um forte papel na valorização cultural, disseminação de informação e na formação da opinião pública de forma responsável. É importante destacar ainda que “a velocidade de exposição diante do microfone e a duração de um efeito de som farão variar as sensações dos ouvintes diante dos estímulos sonoros [...]” (Ortiz; Marchamato, 2005, p. 21).

Essa afirmação aponta ainda para a necessidade do produtor radiofônico estar atento para o ritmo correto da locução, o que implica no uso do silêncio como elemento fundamental na cadência do material que está indo ao ar. Como lembra Balsebre (2005, p. 334), “o silêncio também delimita núcleos narrativos e constrói um movimento afetivo [...]”, que deve refletir ainda a informação que está sendo transmitida. Esse aspecto, associado a um texto que respeite as características do veículo, assim como a atenção com os aspectos estéticos dos demais elementos da linguagem radiofônica, refletirá no produto e na intenção da mensagem.

“Portanto [...] ao se proceder à elaboração de mensagens para serem emitidas pelo meio radiofônico, deverão ser levadas em conta não só as características do meio, mas também todas

as possibilidades de expressão oferecidas [...]” (Ortiz; Marchamato, 2005, p. 23). É a partir das diretrizes da linguagem radiofônica, aliadas às características específicas do veículo, que se desenvolve o trabalho do produtor, profissional responsável por idealizar e executar diversos produtos radiofônicos, como notícias, boletins, pílulas, programetes, programas, entre outros.

Além disso, o produtor atua na criação de novos projetos, com foco em conteúdos e públicos específicos - como é o caso deste Trabalho de Conclusão de Curso, que teve como objetivo a produção de uma série de programetes/pílulas sobre a temática da Inteligência Artificial. A escolha por esse formato se justifica pelas facilidades que ele oferece para inserção na grade de programação da emissora. Por se tratar de um meio de comunicação de transmissão ao vivo, com possibilidades constantes de imprevistos, o produtor de rádio colabora para inúmeras tomadas de decisões, sempre atento a uma das características mais desafiadoras do rádio, que é informar e entreter garantindo a ética na prestação de serviço e a fidelização da audiência.

3. Ética no Jornalismo

O jornalista carrega uma grande responsabilidade social por atuar como um intérprete, um mediador entre os fatos e o público, sendo uma peça-chave na luta contra a desinformação. Nelson Traquina (2005) afirma em sua obra *Teorias do Jornalismo*: por que as notícias são como são, que esta é uma das profissões mais difíceis e com maiores responsabilidades sociais, por se tratar de uma atividade intelectual, não podendo ser reduzida ao domínio técnico e aos seus formatos. É necessário que o jornalista paute seu trabalho não apenas pela parte técnica da profissão, mas por um compromisso ético com seu público, como descrito no Código de Ética dos Jornalistas.

No Brasil, o documento foi elaborado e aprovado em 1987 pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e busca estabelecer princípios que norteiam a prática jornalística no país. A versão mais recente do código foi aprovada em 2007 e inclui temas mais atuais como a ética na internet, o combate à desinformação e a necessidade da responsabilidade social na produção de conteúdo. Entre os pontos de destaque estão o compromisso com a verdade; a imparcialidade, evitando relação com interesses econômicos, políticos e ideológicos; priorização do interesse público; respeito à dignidade e à privacidade; prática do jornalismo com responsabilidade social; a luta contra a desinformação; proibição de plágio e distorção de informações.

Já em âmbito mundial, foram estabelecidos os Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo que visam garantir a fidelidade aos fatos, a independência editorial e o respeito aos direitos humanos como pilares fundamentais para a conduta jornalística. Documentos como os citados anteriormente não só servem como diretrizes, mas reforçam a exigência de uma conduta equilibrada e humanizada, lembrando que em primeiro lugar deve estar o direito à informação objetiva e de relevância.

A tarefa primeira do jornalista é garantir o direito das pessoas à informação verdadeira e autêntica através de uma dedicação honesta para realidade objetiva por meio de que são informados fatos conscienciosamente no contexto formal deles/delas e mostram as conexões essenciais deles/delas e sem causar distorção, com desenvolvimento devido da capacidade criativa do jornalista, de forma que o público é provido com material adequado para facilitar a formação de um quadro preciso e compreensivo do mundo no qual a origem, a natureza e a essência dos acontecimentos, processos e estados dos casos são tão objetivamente quanto possível compreendidos (ABI, s/p, 2013).

O extrato acima corrobora a importância do jornalista como mediador entre fatos e o público, garantindo contextualização sem ruídos. É necessário que o profissional se dedique à ética respeitando a realidade objetiva, ou seja, independentemente da interpretação pessoal, apenas relatando os fatos como são. Tal exercício vem sendo analisado há séculos por diversos pensadores, com foco na ética e como o homem lida com as responsabilidades morais cobradas pela convivência social.

Para Immanuel Kant (1724-1804) a moralidade está baseada no cumprimento do dever por respeito à lei moral, enquanto o dever ético é a obrigação de agir de acordo com a moralidade para promover o bem. Já Aristóteles (384-322 a.C.), também acreditava em ações que busquem a qualidade social, mas não mencionava “dever” como Kant. O filósofo grego enxergava os valores éticos como virtudes que não são inatas, mas adquiridas através de hábitos.

No trecho do Princípio Internacional da Ética Profissional no Jornalismo, a menção ao “desenvolvimento da capacidade criativa” mostra que o jornalismo é uma profissão humana e não mecânica e, assim, exige interpretação responsável e imparcial dos fatos por parte do jornalista para facilitar a compreensão do receptor sem comprometer a verdade.

A ética no campo jornalístico não é apenas uma orientação ideal, mas uma exigência prática diante do impacto que a informação pode gerar na vida das pessoas e na construção da

opinião pública. Infelizmente, há casos jornalísticos que chegaram a custar vidas e, por isso, é essencial que o jornalista também tenha sensibilidade diante das pessoas envolvidas nas notícias. A busca por informações autênticas e em primeira mão não pode se sobrepor ao respeito à dignidade humana. É necessário reconhecer os limites estabelecidos pelos direitos individuais.

Casos como o da Escola Base (1994), que foi inicialmente noticiado pelo repórter Valmir Salaro denunciando falsamente quatro pessoas por pedofilia e levando a um escândalo nacional, evidenciam a importância da ética como limite diante de possíveis excessos camuflados como liberdade de expressão. Tal situação reforça que essa liberdade deve sempre ser exercida em sintonia com os outros direitos estabelecidos na Constituição Federal, visando preservar a dignidade humana independentemente da situação.

Cada vez mais, com os avanços tecnológicos e a proteção do anonimato nas redes sociais, é realçada a necessidade da ética na comunicação. Documentos normativos como o Código de Ética dos Jornalistas e os Princípios Internacionais da Ética Profissional, fortalecem essa exigência, tão primordial para uma atuação responsável, humanizada, empática e consciente.

CAPÍTULO II

MEMORANDO DE PRODUÇÃO

2. Conceito de programete e/ou pílulas

Os programetes e/ou pílulas são produtos para a veiculação no rádio, geralmente incluídos na grade de programação durante os breaks (comerciais) presentes no início ou meio de um horário. A justificativa da escolha do formato pela autora do presente trabalho é que o material possibilita informar o ouvinte sobre determinado assunto de forma objetiva.

Por ser rodado ao vivo, não fica disponível para ser ouvido a qualquer momento, mas é salvo nos arquivos da emissora e nas censuras. O formato, curto e objetivo, procura prender a atenção do ouvinte por meio de um texto simples e direto, da locução e da trilha de BG (background), que faz fundo para o locutor, além da vinheta de abertura, que nomeia o material.

2.1 Pesquisa

Em um primeiro momento, a pesquisadora realizou, ainda na disciplina de TCC I, o levantamento bibliográfico que resultou no Capítulo I do trabalho, dividido nas seguintes unidades: História da cidadania, Cidadania no contexto atual, História do rádio, Características do rádio, Linguagem radiofônica e Ética no jornalismo. Para isso, foram consultados autores como Rezende Filho, Pinsky, Thompson, Robert McLeish, Miguel Ortiz, André Barbosa Filho, Luiz Arthur Ferraretto, dentre outros, que colaboraram na compreensão de conceitos como: cidadania, linguagem radiofônica, características do rádio, etc.

Também durante esse período, foi realizada a pesquisa que possibilitou a produção práticas dos 30 programetes e/ou pílulas, com média de duração, cada um, entre 45 segundos e um minuto e meio. O material aborda temas como: segurança digital, saúde mental, avanços tecnológicos e cultura. Para isso, foram definidos, com a orientadora, os assuntos a serem abordados, o formato e a linha editorial, que tem como referência a Rádio Alpha FM e seu público-alvo (ambos os sexos, todas as classes sociais e faixa etária 15+), emissora em que o material será veiculado. Em cada programete e/ou pílulas, a autora/produtora busca responder possíveis dúvidas dos ouvintes e fornecer novas informações sobre temas

envolvendo a Inteligência Artificial (IA) e suas ferramentas, cada dia mais presente na sociedade e no mundo do trabalho. O material visa ainda estimular debates sobre os impactos da IA nas diversas esferas sociais e também aspectos éticos envolvendo o tema, assim como o armazenamento e o uso de dados de seus usuários.

2.2 Escrita dos programetes

Ainda na disciplina de TCC I, depois da pesquisa, iniciou-se a escrita dos programetes e/ou pílulas, que podem ser conferidos neste memorando de produção, que contam como uma linguagem acessível, como sugerem as características do veículo rádio. Inicialmente, o trabalho tinha como objetivo a produção de uma série de vinte programetes, mas, durante a pesquisa, foram incluídos mais 10, chegando a um total de 30.

2.3 Gravação e Edição

A autora do trabalho, que já atua como produtora e locutora, gravou os programetes, depois do processo de revisão, nos estúdios da 89 A Rádio Rock e, em seguida, editou o material com a ajuda do Rodrigo Sousa, produtor na emissora, o que resultou em programetes que variam entre 45 segundos e um minuto e meio.

2.4 Vinheta e BG

O título do trabalho prático, Mundo Digital, foi escolhido de maneira que possibilite a abordagem de tópicos diversos dentro do tema principal. A escolha da trilha, o tipo de BG (background) e o estilo da vinheta respeitam a plástica artística da emissora Alpha FM, além de terem sido pensados de acordo com o tema e o público-alvo a ser alcançado.

3. Textos dos programetes

1. Deep Fake

A evolução da Inteligência Artificial traz tanto benefícios quanto malefícios. Com o desenvolvimento da I.A., surgiu uma modalidade chamada ‘Deep Fake’ que edita fotos e áudios para que o usuário se passe por outra pessoa. Artistas como o ator Robert Downey Jr. e a atriz

Margot Robbie já foram vítimas de ‘Deep Fake’ em plataformas como Tik Tok e YouTube. Infelizmente, essa é uma prática muito perigosa podendo levar a crimes sérios como fraudes em campanhas políticas, o que pode causar grandes impactos negativos na sociedade.

2. Inteligência humana X artificial

Algumas pessoas temem que máquinas possam se tornar mais inteligentes que humanos, apesar de anos de formação e estudo, acreditam que nós não conseguiríamos superar a inteligência artificial. Na realidade, pode ficar tranquilo. Segundo especialistas como Melanie Mitchell, cientista da computação da Universidade de Portland, as máquinas não aprendem conceitos que tentamos ensinar e sim atalhos para as respostas corretas. Cientistas afirmam que a nossa inteligência é diferente por ser capaz de se adaptar, nós sabemos coisas consciente e inconscientemente e possuímos um vasto conhecimento de mundo.

3. Currículos

Para algumas pessoas a contratação no trabalho foi fruto de uma decisão da Inteligência Artificial e não da diretoria. É estranho pensar nessa possibilidade, mas em 2014, a Amazon tentou usar a I.A. para acelerar o processo de análise de currículos de milhões de candidatos. O algoritmo desenvolvido pela empresa analisou todos os currículos recebidos por dez anos e, como a inteligência artificial é construída a partir de dados, cruzou as informações. Contudo, como a maior parte dos funcionários da Amazon eram homens, a máquina adotou um viés machista descartando candidatas por serem mulheres. Assim, a empresa decidiu que o robô não era capaz de selecionar candidatos com base na visão da empresa e sim apenas pela seleção de dados que havia sido fornecida e que era corrompida. Este fenômeno é chamado de “viés da IA”.

4. Dados corrompidos

Ser ofendido por um ser humano é horrível. Afinal, ofensas de qualquer tipo são inaceitáveis. Contudo, são ainda mais estranhas vindo de algo incapaz de sentir emoções humanas como a raiva. Em 2016, a Microsoft desenvolveu um programa de inteligência artificial para conversar

com usuários no então Twitter, chamado Tay. Não é novidade que o X é terra de ninguém e foi assim que os usuários se portaram com a ferramenta. Ao perceberem que a I.A. absorvia dados das conversas começaram a mandar tuítes com mensagens de ódio para o robô que, incapaz de entender as ofensas, achou que elas faziam parte de conversas normais e passou a reproduzi-las. Após postar mensagens racistas, machistas e antissemitas, a Microsoft teve que tirá-lo do ar.

5. Superinteligência Artificial

Enquanto o assunto do momento é a Inteligência Artificial ou I.A., alguns cientistas e programadores já estão desenvolvendo a Superinteligência Artificial ou ASI em inglês. A ideia deste novo modelo é superar a Inteligência Artificial em todos os aspectos, ou seja, criar um software melhor que o ser humano em termos de capacidade cognitiva, desde a resolução de problemas às habilidades sociais, que são o calcanhar de aquiles da I.A. atual.

6. ASI no mercado

Segundo o presidente-executivo do grupo Softbank, Masayoshi Son, a Superinteligência Artificial ou ASI existirá até 2035, mas, para isso, será necessário um investimento de centenas de bilhões de dólares. A ideia é que o novo software seja 10 mil vezes mais inteligente que um cérebro humano, ou seja, extremamente mais avançado que a I.A. atual. Masayoshi Son afirmou a chegada da nova ferramenta perante líderes globais de tecnologia, finanças e negócios durante uma conferência na Arábia Saudita. Son também afirmou que a I.A. generativa vai exigir 900 trilhões de dólares em investimento acumulado em data centers.

7. A Inteligência Artificial

A Inteligência Artificial ou I.A. é um campo da ciência da computação que busca desenvolver máquinas e softwares, ou seja, programas computacionais capazes de reproduzir o comportamento humano. Desde a tomada de decisões à resolução de problemas, vários cientistas estudam o comportamento humano a fim de tentar replicá-lo. Contudo, a I.A. ainda

não é capaz de raciocinar como nós. O software só consegue imitar a partir da recepção de dados.

8. Ferramentas

Siri, Alexa, Google Assistente, Google Home, Amazon Echo, Julie Desk, essas são algumas ferramentas de ‘assistente pessoal’ mais utilizadas no mundo todo. E tecnicamente, são as primeiras ferramentas de I.A. implantadas no mercado. Todo iPhone vem com uma Siri que faz tudo o que você pedir até usar feitiços do Harry Potter como comandos. Já todo Android possui a sua versão da Siri, o Google Assistente que organiza a vida do usuário. De assistentes de voz, mecanismos de pesquisa em redes sociais diversas a carros autônomos que incluem o carplay, a Inteligência Artificial vem sendo desenvolvida em tudo o que usamos desde a década de 40.

9. Origem da I.A.

A Inteligência Artificial foi criada em 1943 por Warren McCulloch e Walter Pitts com a invenção do primeiro modelo computacional para redes neurais. Contudo, o termo ‘inteligência artificial’ só surgiu em 1965 com John McCarthy, o responsável pela criação da linguagem de programação LISP (List Processing) que é o pilar no campo da inteligência artificial e da programação simbólica. McCarthy também desenvolveu o “MacHack” um dos primeiros programas de xadrez capazes de desafiar jogadores humanos em torneios.

10. I.A. x Lei Geral de Proteção de Dados

Dois temas estão cada vez mais presentes no nosso dia a dia. A Lei Geral de Proteção de Dados e a Inteligência Artificial. Resta saber como uma lei que visa proteger a individualidade, e que até o momento não alcançou o objetivo para o qual foi criada, poderá avançar a ponto de colocar limites em uma tecnologia que não para de se aperfeiçoar. Enquanto a Lei de Proteção de Dados engatinha, a IA derrama no mercado ferramentas que facilitam o acesso das BigTechs aos meus e aos seus dados. Tem sido assim não só nas redes sociais, mas também no WhatsApp, o app que parecia ser apenas uma ferramenta prática e barata capaz de substituir as ligações telefônicas, mas que nos pegou de surpresa com a imposição de uma ferramenta de inteligência

artificial bem ali onde mantemos nossos contatos e muitas vezes compartilhamos dados com certeza de que estamos em um ambiente seguro.

11. Imagem

Muitas pessoas se divertem com os aplicativos que utilizam Inteligência Artificial para photoshop, criando imagens suas como personagens, com fundos divertidos, roupas, traços e preferências diferentes. Contudo, o photoshop com I.A. também pode ser muito útil para a vida cotidiana prática. Algumas pessoas utilizam esse recurso para criar fotos pessoais com aparência profissional para adicionar em currículos e apresentar em entrevistas de emprego de forma mais barata. Recentemente, uma marca de leite de distribuição nacional está adicionando em suas embalagens fotos de pessoas desaparecidas para contribuir na busca e, como muitas dessas pessoas procuradas não são vistas há anos, foi utilizada a Inteligência Artificial para criar uma imagem mais próxima de como a pessoa estaria fisicamente hoje em dia.

12. I.A. na aprendizagem

A Inteligência Artificial pode ser uma ferramenta muito positiva para estudantes. Assim como o Google facilita na pesquisa de diversos assuntos acadêmicos, fornecendo informações de forma rápida e prática, a I.A. é capaz de fazer o mesmo só que de uma maneira mais direta. Contudo, tal ferramenta também pode ser prejudicial para o aprendizado, dificultando o desenvolvimento da interpretação textual e do raciocínio crítico ao simplesmente fornecer respostas prontas que serão apenas copiadas e coladas por alunos, sem que eles absorvam as informações.

13. Big Bang Theory

Na série Big Bang: A Teoria, os personagens principais são cientistas e, por isso, sempre discutem sobre as novidades dos campos da ciência, saúde, educação e tecnologia. A série aborda os avanços da robótica e dos softwares como a Inteligência Artificial. Mas nem tudo é elogio. Os amigos sempre brincam com as paranoias de Sheldon Cooper que faz referências ao filme do Exterminador do Futuro com medo de robôs, mas ao mesmo tempo, o personagem diz

que adoraria se transformar em uma máquina. Brincadeiras à parte, Big Bang Theory é famosa por receber cientistas, engenheiros, astronautas e outras celebridades, como Elon Musk, e busca explicar e demonstrar aos telespectadores fatos científicos de forma divertida.

14. Free Guy

Se você é fã de videogames, tecnologia, comédia, ficção científica, ação e do Ryan Reynolds, você tem que assistir o filme “Free Guy - Assumindo o controle” de 2021. O longa conta a história de Guy, um caixa de banco que depois de muito tempo descobre que é um personagem não jogável (NPC) de um videogame de um mundo aberto. Ryan Reynolds interpreta “Guy”, um cara legal, mas que sofre diariamente por causa dos jogadores do jogo e, cansado da rotina, decide virar o herói da própria história. Guy representa um personagem com a capacidade de refletir por conta própria, ou seja, mostra uma versão humanizada da Inteligência Artificial.

15. Escândalo Sephora

Os influenciadores digitais estão em todos os lugares na internet e já tomam conta da nova geração. São pessoas relevantes nas redes sociais que ditam o que outros consomem, aprovam e desaprovam. Sim, pessoas muito importantes. Há um certo perigo sobre o poder que os influencers têm sobre os seguidores e, em especial, sobre crianças e adolescentes. Nos últimos anos, vendedores e consumidores de várias lojas da franquia de beleza Sephora nos Estados Unidos e no Reino Unido, reclamaram nas redes sociais sobre a epidemia de tweens, crianças na faixa dos 8 aos 13 anos, que vão às unidades da Sephora e estragam os produtos para teste, bagunçam as lojas, são grosseiras com outros clientes e compram coisas desnecessárias como creme antissinais. Por isso, a Sephora está considerando voltar com a antiga regra que menores de 18 anos devem estar acompanhados por adultos para frequentar as lojas. Tais crianças são incentivadas pelos “Beauty Gurus”, os maquiadores influentes, e pedem aos pais para comprarem os produtos que seus ídolos indicam.

16. Miquela Sousa

Hoje em dia é impossível dizer que você não acompanha nenhum influenciador digital. Ídolos do cinema, teatro, rádio, da música, televisão, cientistas famosos, criadores de conteúdo, comediantes e grandes empresários. Enfim, todos os grandes nomes são pessoas influentes. E em alguns casos, o influenciador não é uma pessoa real. Algumas empresas criam personagens com Inteligência Artificial para interagir com seus consumidores, um exemplo é a Lu do Magazine Luíza. Já Miquela Souza é uma personagem fictícia criada para interpretar uma garota de 20 anos. A influencer robô brasileira-norte americana criada por Trevor McFedries e Sara DeCou também é cantora e participou de propagandas para marcas como Chanel, Calvin Klein, BMW, Samsung e Prada.

17. Tony Stark

Os fãs da Marvel estão bem acostumados com a ideia de Inteligência Artificial desde 2008 quando foi lançado o primeiro filme do Homem de Ferro estrelado por Robert Downey Jr. Na trilogia do Homem de Ferro e na franquia dos Vingadores, vemos Tony Stark criar e interagir em inúmeras cenas com a Inteligência Artificial que o super-herói bilionário batizou de J.A.R.V.I.S. em homenagem ao mordomo de sua família quando era criança. Os fãs amam o J.A.R.V.I.S. e até ficaram tristes quando Tony precisou substituí-lo em seus sistemas pela outra I.A. chamada F.R.I.D.A.Y.. A primeira Inteligência Artificial criada pelo Homem de Ferro inspirou uma série de aplicativos na vida real com o mesmo nome e até levou ao desenvolvimento do Project Jarvis Google de 2024. O projeto é uma referência clara ao ajudante do super-herói gênio e busca automatizar tarefas comuns na internet como pesquisas, preenchimento de formulários e navegação entre sites.

18. Era de Ultron

A trilogia do Homem de Ferro da Marvel, obviamente é repleta de aspectos tecnológicos, já que o super-herói dos quadrinhos é um gênio da tecnologia. Um toque muito legal da franquia é o assistente virtual de Tony Stark, uma I.A. com o nome de J.A.R.V.I.S.. Contudo, assim como vários outros filmes que retratam o perigo do avanço desenfreado da tecnologia, o longa “Vingadores: A Era de Ultron” mostra um cenário naturalmente exagerado do que poderia

acontecer ao passar dos limites no avanço tecnológico. O mesmo é retratado na franquia “O Exterminador do Futuro”.

19. Star Wars & Exterminador do Futuro

A ideia de máquinas capazes de raciocinar e agir sempre fascinou o público. Enquanto personagens como C-3PO, R2-D2 e BB-8, os adoráveis droids de Star Wars, são favoritos entre os fãs, outros como o Exterminador do Futuro no primeiro filme da franquia, representam o uso da tecnologia de maneira hostil e extremamente perigosa. Contudo, apesar de tais cenários serem obviamente fictícios, levantam e reforçam a importância de como a ética é utilizada no desenvolvimento de novas tecnologias e como podemos minimizar catástrofes na tentativa da criação de máquinas capazes de sentir emoções.

20. Mint Mobile X Mint Kids

Apesar de não ser a primeira operadora móvel virtual a criar um plano de internet voltado para crianças, a empresa norte-americana Mint Mobile se tornou muito famosa nos últimos anos graças à sua parceria com o ator Ryan Reynolds e seus comerciais criativos. O plano infantil se chama Mint Kids e busca ajudar pais que desejam manter seus filhos conectados de forma segura e controlada com cobertura nacional e acesso à maior rede 5G do país. Ao mesmo tempo, a Mint Mobile busca fornecer ferramentas para controle parental através do monitoramento do uso de dados e gerenciamento do plano conforme necessário. A empresa também indica aplicativos de terceiros para controle adicional por parte dos responsáveis, como Bark, Google Family Link e Apple Screen Time.

21. Dependência digital

Dependência digital é um dos maiores desafios enfrentados pela nova geração. Assim como outros vícios, o uso excessivo e incontrolável das novas formas de tecnologia interfere diretamente na vida cotidiana do usuário, atrapalhando relacionamentos, interações sociais

básicas, trabalho e estudos. Entre os principais sintomas que devem ser observados estão o uso excessivo de dispositivos, ansiedade, irritação, dificuldade em concentração e sono prejudicado.

22. Terapia por I.A.

Em tempos difíceis, o apoio psicológico se torna ainda mais necessário. Contudo, é extremamente importante que tal suporte seja oferecido por um profissional da área, ou seja, um psicólogo formado. Infelizmente, algumas pessoas se voltam para medidas mais rápidas e acessíveis, mas que não oferecem resultados a longo prazo, além de serem superficiais, limitadas e muitas vezes equivocadas, como é o caso da terapia por Inteligência Artificial.

23. Informação enganosa

“Clickbait” é um termo muito conhecido na comunidade digital, e se refere à prática de criar e utilizar títulos, capas e legendas enganosas ou sensacionalistas para vídeos e posts a fim de atrair cliques e compartilhamento. Clickbait é uma prática muito comum, mas pode ser danosa, tanto por poder carregar um vírus quanto por contribuir para a disseminação de notícias falsas, as fake news, e para a desinformação.

24. Saúde mental

A dependência digital está em alta entre a nova geração e tem efeitos negativos na saúde mental. Tal vício também causa impactos físicos como sedentarismo, fadiga ocular e má postura. Por esses fatores, é necessário ter consciência da importância do tempo longe de telas e da interação com outras pessoas na vida real. Para ter uma vida mais equilibrada, algumas opções são estabelecer limites para o uso dos aparelhos, realizar um “detox digital” periodicamente, desativar notificações, investir em atividades e hobbies offline e, caso começar a sentir sintomas de dependência, procurar ajuda profissional.

25. Apple Intelligence

Desde 2011, com o iPhone 4S, todo produto Apple vem com uma ferramenta de ‘assistente pessoal’ chamada Siri. Contudo, em 2025 a empresa californiana de tecnologia deu um novo passo no mundo da inteligência artificial criando a Apple Intelligence. A nova adição traz melhorias na interação com a Siri e possui várias habilidades como edição de texto, criação de imagens a partir de tópicos escritos e sumários inteligentes.

26. Fake News

Nem tudo o que reluz é ouro. O antigo ditado popular poderia ser utilizado para descrever as redes sociais. Em um ambiente sem regras para cobrar responsabilidade sobre conteúdos, as redes sociais viraram terra de ninguém. Na história recente, até o momento, a pandemia da Covid-19 e a polarização nas eleições aqui e em outros países, são exemplos do lado nocivo de um mundo virtual que, sem dúvidas, trouxe muitos benefícios, mas também trouxe incontáveis problemas. Um deles, a disseminação de fake news em velocidade assustadora.

27. Celular em sala de aula

O uso excessivo do celular por crianças e adolescentes deixou de ser um assunto de casa e ganhou status de saúde pública com intervenção do governo. Depois de muita polêmica, o celular foi proibido em sala de aula, nos recreios e intervalos. A regra tem como objetivo educar o usuário da tecnologia. Não se trata de uma proibição geral. O estudante pode levar o celular ou o tablet para a escola, mas o aparelho deve ficar sem uso no momento de aprendizado e de convivência com os colegas. A exceção é aberta durante atividades pedagógicas. A medida reconhece que a tecnologia na palma da mão traz desvantagens, mas, na medida certa, oferece benefícios.

28. Geração Ansiosa

O psicólogo social e professor americano Jonathan Haidt, autor do livro “A Geração Ansiosa: como a infância hiperconectada está causando uma epidemia de transtornos mentais”, defende que os jovens deixem o celular do lado de fora do quarto quando forem dormir. Ele também aconselha que os pais não deixem os filhos criarem perfis nas redes sociais antes dos 16 anos.

Jonathan Haidt defende a tecnologia usada com responsabilidade, mas é firme ao dizer que pais que adotam medidas de controle do uso de telas podem proteger os filhos de situações de risco e ajudar na recuperação da saúde emocional.

29. Design viciante

Infelizmente, vários fatores podem levar um indivíduo a ficar dependente das telas, desde o design viciante com algoritmos personalizados, feeds infinitos, a promessa de uma fuga da realidade até a ativação do sistema de recompensa do cérebro, que gera prazer imediato a partir de likes e notificações levando o usuário a fazer coisas extremas para continuar recebendo curtidas e seguidores.

30. Cada caso é um caso

Apesar de informativa, a I.A. só é capaz de repassar uma informação cadastrada no software da ferramenta, o que torna suas respostas generalizadas. Quando pensamos em condições como ansiedade, depressão ou algum outro distúrbio, principalmente no campo da psicologia, devemos lembrar da frase “cada caso é um caso” porque as experiências, sintomas, contextos e origens de cada quadro variam conforme o paciente.

4. Material de pesquisa para a produção das pílulas e/ou programetes

AGUILHAR, Ligia. **Avatares digitais ganham espaço como influencers no Instagram**. Estadão, [s.l.], 2018. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/link/ligia-aguilhar/avatares-digitais-influencers-instagram/?srsltid=AfmBOomJaI70VDu18S92PbYa2eZU7vhduwI5dZ-yRSJ78ce56mvJKBT>>. Acesso em: 17 set. 2024.

APPLE INCORPORATED. **Apple Intelligence**. California, [s.d.]. Disponível em: <https://www.apple.com/br/apple-intelligence/?cid=wwa-br-kwgo-features-AIBrand-AppleIntelligence-br_ai_040425-AppleIntelligence-Brand-AppleIntelligence-apple%20intelligence&aosid=p240&ken_pid=go~cmp-22399497809~adg-176120000823~ad-743980016314_kwd-833708590225~dev-c~ext~prd~mca~nt-search&token=f8ed3188-10e0-4de1-9527-7c1db3c81d53>. Acesso em: 8 abr. 2025.

AUTRAN, Felipe. **IA da Amazon usada em análise de currículos discriminava mulheres**. Tecmundo, [s.l.], 2018. Disponível em:

<<https://www.tecmundo.com.br/software/135062-ia-amazon-usada-analise-curriculos-discriminava-mulheres.htm>>. Acesso em: 8 abr. 2025.

BADHAM, Van. **‘Sephora tweens’ are raiding Drunk Elephant – and we only have ourselves to blame.** The Guardian, Australia, 2024. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/feb/25/sephora-tweens-are-raiding-drunk-elephant-and-we-only-have-ourselves-to-blame>>. Acesso em: 17 set. 2024.

CNN Brasil. **IA consegue clonar rostos na webcam; entenda funcionamento.** CNN, São Paulo, 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/superinteligencia-artificial-existira-ate-2035-diz-presidente-do-softbank/>>. Acesso em: 3 out. 2024.

GOVERNO FEDERAL. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).** [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <<https://www.gov.br/esporte/pt-br/aceso-a-informacao/lgpd>>. Acesso em: 13 maio 2025.

_____. **Sancionada lei que restringe uso de celulares nas escolas.** [s.l.], 2025. Disponível em: <<https://www.gov.br/mec/pt-br/assuntos/noticias/2025/janeiro/sancionada-lei-que-restringe-uso-de-celulares-nas-escolas>>. Acesso em: 8 abr. 2025.

HAIDT, Jonathan. **A Geração Ansiosa: como a infância hiperconectada está causando uma epidemia de transtornos mentais.** [s.l.], 2024. Disponível em: <<https://www.slideshare.net/slideshow/a-geracao-ansiosa-de-jonathan-haidt-pdf/272251232>>. Acesso em: 21 nov. 2024.

INSTITUTO DE ENGENHARIA. **A história da inteligência artificial.** [s.l.], 2018. Disponível em: <<https://www.institutodeengenharia.org.br/site/2018/10/29/a-historia-da-inteligencia-artificial/>>. Acesso em: 8 abr. 2025.

INSTITUTO DE PSIQUIATRIA DO PARANÁ. **Dependência de telas: como surgiu um novo vício na contemporaneidade.** Curitiba, [s.d.]. Disponível em: <<https://institutodepsiquiatriapr.com.br/blog/dependencia-de-telas-como-surgiu-um-novo-vicio-na-contemporaneidade/>>. Acesso em: 21 nov. 2024.

MINT MOBILE. **Mint Kids Plan.** [s.l.], [s.d.]. Disponível em: <<https://www.mintmobile.com/help/mint-kids-plan/>>. Acesso em: 17 set. 2024.

MOLS, Bennie. **Artificial Intelligence Still Can’t Form Concepts.** Communications of the ACM, Amsterdam, 2023. Disponível em: <<https://cacm.acm.org/news/artificial-intelligence-still-cant-form-concepts/>>. Acesso em: 8 abr. 2025.

MORAIS, Daniel Borges de; BRANCO, Valdec Romero Castelo. **A inteligência artificial: conceitos e controvérsias.** XX Simpósio Internacional de Ciências Integradas da Unaerp, Campus Guarujá. São Paulo: 2023. Disponível em: <<https://www.unaerp.br/documentos/5528-a-inteligencia-artificial-conceitos-aplicacoes-e-controversias/file>>. Acesso em: 29. maio. 2025.

SOPRANA, Paula. **Inteligência virtual da Microsoft aprende a ser racista e sexista no Twitter**. Época, [s.l.], 2016. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/vida/experiencias-digitais/noticia/2016/03/inteligencia-virtual-da-microsoft-aprende-ser-racista-e-sexista-no-twitter.html>>. Acesso em: 8 abr. 2025.

TOLEDO, Marina. **IA consegue clonar rostos na webcam; entenda funcionamento**. CNN Brasil, São Paulo, 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/ia-consegue-clonar-rostos-na-webcam-entenda-funcionamento/>>. Acesso em: 3 out. 2024.

Conclusão

A escolha do tema deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) surgiu da união entre a paixão pelo rádio e o interesse em discutir um tema cada vez mais presente, porém ainda pouco compreendido: a Inteligência Artificial (IA). A pesquisa iniciada na disciplina de TCC I confirmou uma percepção inicial: como sociedade, estamos cada vez mais imersos e, em certa medida, dependentes do mundo digital. Ao longo do desenvolvimento do trabalho, ficou evidente que grande parte das pessoas desconhece como essas tecnologias estão inseridas e impactam diretamente áreas como economia, política, educação, saúde e entretenimento, entre tantas outras.

A tecnologia, como discutido no Capítulo I deste TCC, está presente na sociedade há muito tempo, acompanhando a evolução humana desde seus primórdios. Um dos primeiros exemplos é a criação de ferramentas para caça, que já representava um avanço tecnológico fundamental para a sobrevivência. Da mesma forma, o desenvolvimento tecnológico impactou diretamente a maneira como nos comunicamos e compartilhamos informações. Nesse contexto, destaca-se Johannes Gutenberg, com a invenção da imprensa de tipos móveis, seguido por inúmeros outros inventores e avanços que culminaram na criação do rádio, da televisão, dos computadores e, posteriormente, da internet.

Ao concluir este trabalho, reafirmo a importância de informar a sociedade sobre este novo cenário e seus impactos. Para isso, a proposta foi utilizar os programetes e/ou pílulas informativas como recurso, valendo-se de um meio de comunicação que mantém sua relevância por alcançar públicos em todo o território nacional, independentemente de classe social ou condição econômica. A construção do produto exigiu não apenas a compreensão aprofundada do tema, mas também a definição das melhores estratégias para torná-lo acessível e compreensível. A escolha dos tópicos — inteligência artificial, ética, algoritmos, Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), psicologia e fake news — não foi aleatória. Todos eles foram selecionados por impactarem diretamente a vida das pessoas e seus cotidianos.

Ao refletir sobre a história da cidadania, apresentada no Capítulo I, tornou-se evidente que, ao abordar o mundo digital — tema central deste trabalho — sob uma perspectiva jornalística, é necessário ir além da simples divulgação de tendências e inovações tecnológicas. O jornalismo, enquanto ferramenta de mediação social, tem a responsabilidade de prestar um serviço de utilidade pública, oferecendo informações que contribuam para a formação de uma sociedade mais consciente e bem-informada. Trata-se de um tema atual, que impõe desafios

constantes e cujas consequências ainda não são totalmente conhecidas, especialmente no que diz respeito à proteção de dados, à privacidade e ao avanço da desinformação.

Referências

- ABERT. Kantar IBOPE: **audiência de rádio segue crescendo**. 2020. Disponível em: <https://abert.org.br/site/imprensa/noticias/kantar-ibope-audiencia-de-radio-segue-crescendo>. Acesso em: 1 jun. 2025.
- ABI. **Princípios internacionais da ética profissional no jornalismo**. 2023. Disponível em: <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo/> Acesso em: 1 jun. 2025.
- ACAERT. **Rádio é consumido por 83% da população no Brasil; 58% ouvem em maior ou mesma quantidade, diz Inside Rádio 2022**. Disponível em: <https://www.acaert.com.br/noticia/46784/radio-e-consumido-por-83-da-populacao-no-brasil-58-ouvem-em-maior-ou-na-mesma-quantidade-diz-inside-radio-2022>. Acesso em: 1 jun.2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE IMPRENSA. **Princípios internacionais da ética profissional no jornalismo**. [abi.org.br](http://www.abi.org.br), [s.d.]. Disponível em: <https://www.abi.org.br/institucional/legislacao/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo/>. Acesso em: 16 maio 2025.
- BALSEBRE, Armand. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do rádio: textos e contextos**. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005.
- BNDIGITAL BRASIL. **Origens da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://bndigital.bn.gov.br/dossies/coordenacao-de-publicacoes-seriadas/acervo/origens-da-imprensa-no-brasil/>. Acesso em: 24 abr. 2025.
- FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. In: Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. [s.l.], 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>. Acesso em: 16 maio 2025.
- FERRARETTO, Luiz Artur. **O Veículo, a História e a Técnica**. 2. ed. Porto Alegre: Ed. Sagra, 2001.
- GHERMAN, Michel. **Decodificando a Extrema Direita**. YouTube, 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qpP3w34gZdM>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- GOVERNO FEDERAL. **Mulheres recebem 19,4% a menos que os homens, aponta 1º Relatório de Transparência Salarial**. [s.l.], 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2024/Marco/mulheres-recebem-19-4-a-menos-que-os-homens-aponta-1o-relatorio-de-transparencia-salarial>. Acesso em: 24 abr. 2025.
- HAUSSEN, João Carlos. **O Rádio no Brasil**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.
- INSTITUTO DE ENGENHARIA. **A história da inteligência Artificial**. 2018, <https://www.institutodeengenharia.org.br/site/2018/10/29/a-historia-da-inteligencia-artificial> Acesso em: 8 abr. 2025.
- JUNG, Mário. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

KANTAR IBOPE MEDIA. Disponível em: <https://kantariibopemedia.com/brazil>. Acesso em: 1 jun. 2025.

LOPES, Ana Maria D. **O Abismo entre Teoria e Realidade no Direito**. [s.l.], 2011, p.7 e p. 18.

MCLEISH, Robert **Produção de rádio: um guia abrangente de produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001.

MENEZES, Pedro. **A Ética de Kant e o Imperativo Categórico**. Toda Matéria, [s.d.]. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/etica-kant-imperativo-categorico/>>. Acesso em: 20 maio 2025.

_____. **Ética aristotélica**. Toda Matéria, [s.d.]. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/etica-aristotelica/#google_vignette>. Acesso em: 20 maio 2025.

MORAIS, Dani Borges de Moraes; BRANCO, Valdec Romero Castelo. **A inteligência Artificial: conceitos, aplicações e controvérsias**. XX Simpósio Internacional de Ciências Integradas da Unaerp – Campus Guarujá. São Paulo: Guarujá. 2023. Disponível em: <https://www.unaerp.br/documentos/5528-a-inteligencia-artificial-conceitos-aplicacoes-e-controversias/file>. Acesso em: 26 maio. 2025.

NUNES, Márcio. **A ética no jornalismo e o limite da liberdade de expressão**. Migalhas, 24 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.migalhas.com.br/depeso/370811/a-etica-no-jornalismo-e-o-limite-da-liberdade-de-expressao>>. Acesso em: 16 maio 2025.

ORTIZ, M.; MARCHAMALO, J. **Técnica de comunicação pelo rádio**. São Paulo: Loyola, 2005.

PINSKY, Jaime. **Introdução**. In. PINSKY, Jaime; PINSKY, Carla Bassanezi. org. **História da Cidadania**. São Paulo: Contexto, 2008.

REZENDE FILHO, Cyro; CÂMARA NETO, Isnard. **A evolução do conceito de cidadania**. [s.l.], 1995.

RODRIGUES, Horácio Wanderlei; BECHARA, Gabriela Natacha; GRUBBA, Leilane Serratine. **Era digital e controle da informação**. Univem, 2020. p. 1 a 14.

SODRÉ, Nelson W. **História da imprensa no Brasil**. [s.l.]: EdiPUCRS, 2011.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis, 2005. Disponível em: <<https://alexandraaguirreucb.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/traquina.pdf>>. Acesso em: 7 maio 2025.

RESOLUÇÃO nº 038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

A estudante Júlia Leiva Costa do Curso de Jornalismo, matrícula 20231012700250, telefone: (62) 99703-1189 e-mail julia.leiva.costa@gmail.com, na qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei nº 9.610/98 (Lei dos Direitos do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Programete de rádio – Mundo digital: desenvolvimento, importância e desafios, gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado (Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Vídeo (MPEG, MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 09 de junho de 2025.

Assinatura do autor: Júlia Leiva Costa

Nome completo do autor: Júlia Leiva Costa

Assinatura do professor-orientador: [Assinatura]

Nome completo do professor-orientador: Denize Daudt dos Santos Bandeira