

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER
Curso de Bacharelado em Jornalismo

TACIA ROCHA

**PL – *RADIOJORNAL UNINTER INFORMA*, JORNALISMO CULTURAL E TIK
TOK: UM MEMORIAL DA REPORTAGEM SOBRE OBRA DE MACHADO DE
ASSIS VIRALIZADA POR INFLUENCIADORA**

MARINGÁ
2025

TACIA ROCHA

**PL – *RADIOJORNAL UNINTER INFORMA*, JORNALISMO CULTURAL E TIK
TOK: UM MEMORIAL DA REPORTAGEM SOBRE OBRA DE MACHADO DE
ASSIS VIRALIZADA POR INFLUENCIADORA**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do grau de bacharel em
Jornalismo ao Centro Universitário
Internacional UNINTER.

Orientadora: Profa. Dra. Larissa
Adryellen Drabeski

MARINGÁ

2025

ATA DE DEFESA DE BANCA

Aos treze dias de agosto de dois mil e vinte e cinco realizou-se a banca de avaliação de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante TACIA ROCHA, portadora do Registro Uninter 1776528 do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de DEFESA, sob o título *PL – RADIOJORNAL UNINTER INFORMA, JORNALISMO CULTURAL E TIK TOK: UM MEMORIAL DA REPORTAGEM SOBRE OBRA DE MACHADO DE ASSIS VIRALIZADA POR INFLUENCIADORA* e orientação do/a professor/a Dra. Larissa Drabeski, foi apreciado pelo membro da banca avaliadora, Dr. Alexsandro Ribeiro, tendo como professor tutor Dr. Guilherme Carvalho. Após

avaliação, o trabalho foi considerado Aprovado da etapa de Defesa do TCC.

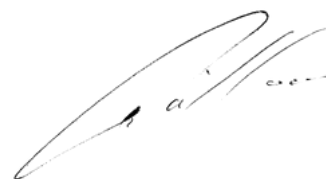
Assinam os seguintes participantes:



Dra. Larissa Drabeski
Presidente da Banca



Dr. Alexsandro Ribeiro
Professor Avaliador



Dr. Guilherme Carvalho
Professor tutor

Dedico este trabalho à minha querida mãe, que me incentivou e vivenciou
toda a minha trajetória na caminhada do saber.

AGRADECIMENTOS

A graduação em jornalismo representa um sonho realizado, a minha primeira escolha quando iniciei o ensino superior, aos 18 anos de idade. Contudo, dadas as circunstâncias, na época optei pela licenciatura em Letras, aprovada como terceira colocada depois da dedicação em cursinho. Já graduada e morando em Campo Grande, MS, conheci pessoas da área e tive a oportunidade de fazer o curso como portadora de diploma da universidade federal. No entanto, movida pela noção de empregabilidade, acreditei ser mais rentável cursar administração (não concluída). Mas, como recitava um coordenador de jornalismo da TV SBT MS com quem eu trabalhei - “uma longa caminhada começa com o primeiro passo”, ou seja, para traçar a jornada almejada eu teria que simplesmente caminhar. Eu segui o conselho, cursando primeiro publicidade e propaganda, área que já atuava como profissional de mercado e docente.

Ressalto, contudo, que este caminhar não é tão simples quanto pode nos induzir a acreditar o provérbio chinês supracitado. Dar o primeiro passo é iniciar uma trajetória que implica em ultrapassar o entusiasmo típico do novo e perseverar diante das adversidades típicas do que está em andamento. No caso de um curso superior, é estudar no dia a dia das aulas, realizar as provas e trabalhos acadêmicos extenuantes, é conviver com a falta de tempo para estudar o tanto quanto gostaria e a superação dos próprios limites, sem cair no risco de culpar o outro a este respeito. É conseguir conciliar os estudos em um momento de vida que já se sabe o que quer, que já ganhou alguma experiência de vida e profissional e, por isso, tem mais compromissos e responsabilidades, resultando em uma relação mais séria com os estudos. É saber que aprender é sempre alargar a si mesma e, portanto, é um paradoxo: é doloroso e é prazeroso. E sem trabalho de si mesma, não há transformação, afinal ninguém poderá fazer isso por nós senão nós mesmas!

Portanto, sou grata:

À minha mãe, Lourdes Flora, minha grande incentivadora e apoiadora a ser uma mulher autônoma, a valorizar os estudos e a construir a minha carreira profissional.

Às minhas professoras da educação infantil que me apresentaram o lúdico.

Às minhas professoras do ensino fundamental, ciclo 1, que me ajudaram a superar a matemática, me ensinaram as primeiras letras e a ter boa caligrafia.

Às minhas professoras do ensino fundamental, ciclo 2, e médio, que me introduziram às ciências, à filosofia e às artes.

Às minhas professoras de letras que me ajudaram a desenvolver o pensamento crítico, fazendo do curso um divisor de águas na minha vida. Às professoras das graduações em publicidade e propaganda e jornalismo, pelos *feedbacks* valiosos a cada trabalho realizado.

Um agradecimento nominal aos professores doutores Alexsandro Teixeira Ribeiro, que me deu suporte acadêmico durante todo o curso, e Guilherme Gonçalves de Carvalho, coordenador de curso; e à professora doutora Larissa Adryellen Drabeski, que orientou este trabalho de pesquisa.

Às minhas professoras das pós-graduações que realizei por serem exemplos profissionais de dedicação, competência e generosidade.

À agência de fomento da minha própria formação que sou eu mesma, por reconhecer o valor das formações inicial e continuada para sempre aprimorar a mim mesma (não apenas para o mundo do trabalho).

“Que nada nos defina, que nada nos sujeite. Que a liberdade seja a nossa própria substância, já que viver é ser livre”. Simone de Beauvoir

Agradeço a quem fizer a leitura e desejo que ela seja boa!

RESUMO

O noticiário radiofônico é um momento da programação no qual são apresentados materiais jornalísticos de interesse dos ouvintes, referentes às atividades humanas de um determinado momento. O presente trabalho de conclusão de curso versa sobre a produção de uma radiorreportagem produzida para o programa Uninter Informa, um dos projetos laboratoriais do curso de jornalismo do Centro Universitário Internacional - UNINTER. O objetivo geral da reportagem sonora foi estimular os ouvintes do Uninter, composto por sua maioria jovens acadêmicos, a se sentirem motivados a ler livros clássicos da literatura brasileira. Para tanto, a elaboração contou com as etapas do processo de produção jornalística, a saber: escolha do tema, planejamento, seleção das fontes, coleta de dados, organização, redação, captação e edição da peça sonora. Dentre os resultados obtidos estão a obtenção de uma reportagem que aborda a questão da viralização de um livro do escritor Machado de Assis, “Memórias póstumas de Brás Cubas”, por meio de uma influenciadora americana, na rede TikTok, que acendeu tanto o interesse pela obra e pelo aumento das vendas da edição em língua inglesa, quanto a reflexão sobre a necessidade de validação de obras nacionais por parte de países ricos e dos continentes europeu e norte-americano para o reconhecimento da literatura nacional.

PALAVRAS-CHAVE: Literatura brasileira; Colonialismo; Reconhecimento; Jornalismo cultural; Radiojornalismo.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	08
2 RADIOJORNALISMO: PRÁTICAS PARA TOCAR A NOTÍCIA.....	11
3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO “CULTURA - MACHADO VIRALIZADO”.	23
3.1 PRÉ-PRODUÇÃO.....	23
3.2 PRODUÇÃO.....	26
3.3 PÓS-PRODUÇÃO.....	30
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	29
REFERÊNCIAS.....	36
APÊNDICE.....	37

1 INTRODUÇÃO

O noticiário radiofônico é um momento da programação no qual são apresentados materiais jornalísticos de interesse dos ouvintes, referentes às atividades humanas de um determinado momento. Esses materiais podem ser notas, quadros fixos e reportagens, que versam sobre acontecimentos, opiniões e serviços. Os formatos noticiosos são apresentados, por sua vez, em tipos de programas como a síntese noticiosa e o radiojornal, ambos usados por estações voltadas ao jornalismo, e o toque informativo, um complemento jornalístico para emissoras musicais (Ferraretto, 2014, p. 139).

Tratando especificamente dos tipos de programas, eles se diferenciam quanto ao tempo de duração e ao tipo de público a que a emissora e/ou o programa se destinam. A síntese noticiosa, por exemplo, tem uma duração curta, de três a cinco minutos ou de cinco a dez minutos, exibido a cada 30 minutos, a cada hora e a cada turno (Ferraretto, 2014, p. 139). Já o radiojornal tem uma duração que varia de trinta minutos a uma hora, com algumas exceções com duas a três horas de programa, e vai ao ar a cada turno (Ferraretto, 2014, p. 139) e na prática, também temos programas com menor duração. Como exemplos de síntese noticiosa e o radiojornal estão o Repórter Esso, da Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, e o Grande Jornal Falado Tupi, da TV Tupi, de São Paulo, que surgiram na década de 1940. O toque informativo tem até três minutos, exibido a cada 30 minutos e a cada hora. Em resumo, os três tipos têm “duração, periodicidade e funções diferentes” (Ferraretto, 2014, p. 139).

Sobre a prática radiofônica, o curso de Jornalismo do Centro Universitário Internacional - Uninter conta com o projeto de extensão Uninter Informa, produzido por estudantes da modalidades de ensino à distância, sob orientação do Prof. Dr. Guilherme Carvalho, com periodicidade quinzenal. Trata-se do radiojornal Uninter Informa, veiculado na Rádio web Uninter ao vivo e divulgado nas redes sociais, além de ficarem disponíveis as edições no site da Agência Mediação¹ e no perfil de Spotify do programa². O/a ouvinte é,

¹ Disponível em: <https://www.mediacaouninter.com.br/inicio/categories/uninter-informa>. Acesso em: 1 mai. 2025.

² Disponível em: <https://open.spotify.com/show/4x5P01ipHLCfy2AlraKwHJ>. Acesso em: 1 mai. 2025.

primordialmente, a comunidade acadêmica e, secundariamente, as comunidades e instituições. Por se enquadrar no gênero informativo, a linha editorial considera a ética jornalística, originalidade das produções, a relevância social dos temas, de interesse público-alvo, com pautas relacionadas aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), das Nações Unidas.

Diante das condições de produção jornalística delineadas no parágrafo anterior, o presente trabalho de conclusão de curso se constitui como um memorial de um dos trabalhos práticos realizados ao longo do curso, o material sonoro produzido para o Uninter Informa com a retransmissão *Cultura - Machado Viralizado*³. Trata-se de uma reportagem em áudio que segue as especificações do projeto laboratorial, com duração de três minutos, com duas fontes de informação, *offs* e sonoras gravadas por meio do equipamento gravador, edição feita pelo *software* Adobe Audition, em formato MP3. A peça radiofônica foi produzida em 2024 e versou sobre o aumento da popularidade e das vendas de edições em língua inglesa do livro “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, de Machado de Assis, após a viralização de um vídeo no TikTok, no perfil da influenciadora digital Courtney Henning Novak. A fonte da informação jornalística veio de outros veículos de comunicação e foram entrevistados um professor de literatura e um jornalista e sociólogo.

Ante a natureza do presente trabalho, o objetivo geral para a reportagem radiofônica foi estimular os ouvintes do Uninter, composto por sua maioria jovens acadêmicos, a se sentirem motivados a ler livros clássicos da literatura brasileira. Para tanto, traçou-se como objetivos específicos: 1) estimular a redescoberta da genialidade de nossa língua portuguesa e do imaginário por meio da literatura consagrada pelos cânones; 2) criar identificação com a pauta por meio de exemplo do vídeo viralizado da influenciadora estadunidense, visto que o formato se aproxima do tipo de conteúdo que esse público consome; 3) estimular o senso crítico sobre a necessidade de validação do Norte Global sobre um produto cultural brasileiro como uma característica colonial.

³ Projeto Laboratorial Rádio Jornal Uninter Informa, Retranca Cultura - Machado Viralizado. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/1Zx44MXydml64LtObbEu270Gds3T8iBue?usp=sharing>. Acesso em: 20 abr. 2025.

Os objetivos específicos explicitados no parágrafo anterior estão em conformidade com a justificativa da peça sonora em questão. O tema foi escolhido por se tratar de um produto cultural, em um país que lê menos a cada ano, como aponta a 6ª. edição de “Retratos da Leitura no Brasil”⁴, pesquisa nacional realizada pelo Instituto Pró-Livro (IPL), com uma população de 5 anos e mais, sem requisito de escolaridade mínima. O objetivo é avaliar o comportamento leitor dos brasileiros. Publicada em 2024, a pesquisa citada aponta que nos últimos quatro houve uma redução de 6,7 milhões de leitores no país. A proporção de não-leitores é maior do que a de leitores na população brasileira, isto é, 53% das pessoas não leram nem parte de um livro, impresso ou digital, de qualquer gênero, nos três meses anteriores à pesquisa. Desse modo, a reportagem sonora visa, de forma indireta, estimular a leitura por meio do reconhecimento social de uma obra da literatura brasileira.

Ainda, no campo do jornalismo, a peça foi elaborada seguindo os preceitos da prática do radiojornalismo, por meio do gênero informativo (Melo, 2010) e foi novamente submetida às etapas de pré-produção, produção e pós-produção mediante os apontamentos feitos pela professora da disciplina. O intuito é servir como uma peça que possa ser tanto apreciada pelos ouvintes da Uninter Informa, como também ser uma possibilidade de formato radiojornalístico.

Para abordar o processo de produção jornalística do objeto de pesquisa, a reportagem “Cultura - Machado Viralizado”, o texto está organizado da seguinte forma: na presente seção, “Introdução”, são apresentados o tema do projeto laboratorial abordado, a contextualização teórica sobre qual especialidade do jornalismo se trata, uma breve apresentação do projeto de extensão para o qual foi formulado, os objetivos do objeto jornalístico produzido e a justificativa da sua realização; na segunda seção são apresentados os preceitos que subsidiam as práticas de produção da peça de radiojornalismo como o que é rádio, as características da linguagem radiofônica, as fontes de informação, os gêneros do radiojornalismo, os formatos do noticiário e orientações para a produção de reportagem. Por fim, apresentamos como foi

⁴ Disponível em:

https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%C3%A7%C3%A3o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 20 abr. 2025.

feita a etapa de pré-produção da peça sonora, coerente com a abordagem teórica apresentada na segunda seção.

2 RADIOJORNALISMO: PRÁTICAS PARA TOCAR A NOTÍCIA

O jornalismo tem a sua razão de existir calcada nos conceitos “acontecimento”, “atualidade” e “período”. Isso quer dizer que todas as definições de jornalismo o indicam como uma “*comunicação periódica* a um público massivo ou especializado, através dos meios de comunicação social, de um *facto que acaba de suceder*, de ser descoberto ou que *está previsto* ocorrer num futuro mais ou menos próximo” (Fontcuberta, 2002, p. 15, grifos nossos). Dito de outro modo, a notícia tem um caráter de ser recém-descoberta, de ser excepcional, informada com um período fixo de tempo e correspondente aos interesses e necessidades do público para o qual é destinada. É importante destrinchar cada um dos três itens mencionados no início do parágrafo.

Além de se “sucedem no tempo”, ser “improvável, singular e acidental”, um acontecimento jornalístico pode ser definido a partir de três elementos essenciais: variação no sistema, comunicabilidade do fato e implicação dos sujeitos (Fontcuberta, 2002, p. 17). O primeiro corresponde a comunicar uma ruptura com a norma, algum fato que tenha uma dose de espetacularidade. A questão de comunicar o fato é que, ao torná-lo público nos meios de comunicação, o converte em notícia. O último aspecto, “implicação dos sujeitos”, supõe a participação do público na construção da mensagem, com maior ou menor grau de adesão (Fontcuberta, 2002, p. 17).

O outro aspecto essencial que faz uma informação se tornar notícia, supramencionados, é a atualidade requerida por ser um fato recém-descoberto, que se torne conhecido em um mínimo espaço de tempo e que circule para um público massivo. Assim, o termo recente aplica-se tanto ao acontecimento quanto à sua descoberta, pois um fato ocorrido na pré-história pode se tornar notícia se for inédito. O intervalo entre o momento em que ocorre o acontecimento e aquele em que ele é relatado é o fator da notícia ser imediata e conseqüentemente, ser difundida através dos meios de comunicação. Vale destacar, contudo, que sendo a atualidade o “eixo central” porque “dá coerência e razão de ser a uma série de factos diferentes” ele é diferente em cada meio de comunicação (Fontcuberta, 2002, p. 19). Por isso, a

periodicidade determinará a atualidade à medida que um telejornal diário não tem o mesmo conceito de atualidade de uma revista semanal.

Também é importante salientar as quatro funções específicas do jornalismo: informar, formar, distrair e tematizar (Fontcuberta, 2002). Os verbos informar e formar estão atrelados aos dois níveis de interpretação que o jornalismo faz da realidade social: no primeiro, informa ao descrever o que se passou, oferecendo a informação; no segundo nível, ele forma porque permite o público situar o fato divulgado como notícia no contexto social e analisar de forma valorativa, é a realidade interpretada, além do jornalismo ensinar como se comportar em uma sociedade. A função de distrair tem relação com a ocupação dos tempos livres e a de tematizar, é formar a opinião pública através da agenda dos meios de comunicação. A última se refere ao “conjunto de conteúdos informativos e noticiosos existentes num meio” (Fontcuberta, 2002, p. 29). Em qualquer uma das funções indica-se que o jornalismo exerce a função de mediação das instâncias da sociedade e diversos públicos.

Quanto ao meio rádio, o que torna uma situação cotidiana um acontecimento jornalístico, como explicitado nos parágrafos anteriores, não difere dos demais meios de comunicação, mas a especificidade do meio deve ser considerada. O rádio não pode ser pensado como um meio de comunicação estritamente relacionado à tecnologia como foi originalmente usado por profissionais e propagado em dicionários de comunicação e manuais didáticos (Ferraretto, 2014, p. 16). Inicialmente, era definido como um meio para transmitir mensagens sonoras por meio de ondas eletromagnéticas, à distância e para audiências numerosas. No entanto, com a passagem do século XXI, a transmissão dos conteúdos radiofônicos em tempo real era feita também pela internet, por meio de arquivos de áudio. Com isso, os teóricos passaram a adotar a noção de rádio pensado como uma instituição social ou criação cultural, com leis próprias e uma linguagem específica (Ferraretto, 2014, p. 17).

Nesse sentido, o termo “rádio” é mais expandido e compreende duas definições: rádio de antena ou hertziano e rádio *on-line* (Ferraretto, 2014). O primeiro corresponde às formas tradicionais de transmissão de mensagens por ondas eletromagnéticas. Já a segunda definição, engloba todas as emissoras

que operam na internet, independente de possuírem uma emissora de antena, além de produtores independentes. Assim, o rádio *on-line* pode ser classificado como: rádio na *web*, que possuem estações hertzianas e transmitem o conteúdo por meio da internet; *web* rádio, emissoras que transmitem o conteúdo exclusivamente na rede mundial de computadores; e as práticas como *podcasting* e outras similares, no qual difunde-se via rede os arquivos em áudio e com linguagem radiofônica - os *podcasts* (Ferraretto, 2014, p. 19).

Com efeito, é importante salientar que aceitar o rádio como uma linguagem comunicacional específica que compreende a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. A voz compreende a linguagem falada, a palavra, ao passo que coexiste com o silêncio. A música é a linguagem das sensações enquanto os efeitos sonoros são os ruídos, que correspondem à linguagem das coisas. “O comunicador deve combinar esses recursos expressivos ao longo de cada emissão ou programa” (Ortiz; Marchamalo, 2005, p. 20). A expressividade radiofônica utiliza de repetição e “apelos diretos” para “captar e manter o interesse da audiência”, bem como conseguir a permanência por meio de “apelações emotivas” (Ortiz; Marchamalo, 2005, p. 20).

Diante das possibilidades da linguagem radiofônica e da especificidade do meio que implica no fazer jornalístico, há situações diferentes na origem e processamento das informações em relação a outros meios. Com isso, na produção do conteúdo jornalístico o profissional se depara com: notícias *previstas* ou *imprevistas* (Rabaça; Barbosa, 2001, p. 513-514 *apud* Ferraretto, 2014, p. 87, grifos do autor), ou seja, o que é passível de agendamento prévio como a cobertura de um evento esportivo ou algo inesperado como um atentado terrorista (Ferraretto, 2014, p. 88). Podem também podem notícias ser *espontâneas* ou *provocadas* (Rabaça; Barbosa, 2001, p. 513-514 *apud* Ferraretto, 2014, p. 87, grifos do autor) que requerem esforço jornalístico de investigação ou mesmo uma pauta criativa de conteúdo humano. Ou mesmo pautas geograficamente distantes ou próximas, considerando o alcance do rádio que indica que notícias locais geram mais interesse (Ferraretto, 2014, p. 88, grifos nossos).

Além das classificações das notícias supracitadas, a compreensão do que é notícia no rádio é considerada de acordo com a abrangência de um fato,

opinião ou serviço. Os profissionais do radiojornalismo como âncora, chefes de reportagem, editores, pauteiros, produtores, repórteres e pauteiros analisam o material informativo com base nos critérios: 1) atualidade, exposto já anteriormente; 2) proximidade, que tem a ver com a distância geográfica do fato em relação ao público; 3) proeminência, relacionado à importância das pessoas envolvidas no fato ante o quadro de valores dominantes do público; 4) universalidade, isto é, a quanto do público interessa o fato antes os seus valores, conhecimentos e necessidades (Ferraretto, 2014, p. 88).

Somadas aos critérios de seleção da notícia e das especificidades da linguagem radiofônica, há de considerar também as particularidades do fluxo sonoro. Uma delas é a fugacidade que tem a ver com a imposição da recepção e da escuta de mensagens no instante da sua emissão, salvo os *podcast* e outros arquivos de áudio. O ouvinte deve compreender a palavra falada, o que requer a elaboração de um texto com linguagem de fácil entendimento. A elaboração de mensagens também considera a brevidade dos formatos e dos conteúdos de comunicação, visto que tem apenas 24 horas para noticiá-los, além do imediatismo e da velocidade com que as notícias devem ser transmitidas (Ortiz; Marchamalo, 2005, p. 27).

Outra particularidade está no fluxo de produção das notícias, desde a captação à transmissão das mensagens noticiosas. Primeiramente, a cobertura jornalística de uma emissora pode possuir uma “estrutura própria de captação de notícias”, em que uma gama de profissionais que estão no “palco da ação do fato” por meio de repórteres, correspondentes e enviados especiais e no estúdio ou na redação por meio de âncoras, produtores e escutas (Ferraretto, 2014, p. 90-91). Outras fontes de informações provenientes de:

1. “Serviços externos” como “agências de notícias que fornecem informação jornalística em forma de texto”, “assessorias de imprensa, com relises e sugestões de pautas a respeito de seus clientes” e “agências radiofônicas, oferecendo material específico - programas, reportagens... - para veiculação no ar” (Ferraretto, 2014, p. 91);
2. “Fontes de informação”, que podem ser primárias, secundárias e especializadas, sendo que a primeira é aquela envolvida no acontecimento, a segunda viu acontecer e pode ajudar na verificação

dos fatos, ao passo que a terceira é aquela que detém um conhecimento específico e pode esclarecer o fenômeno. Em uma emissora segmentada em jornalismo, as caracterizações podem oscilar em: “informantes”, conquistadas na prática diária do jornalista; “ouvintes” que desenvolvem uma relação particular para enviar informação; especialistas, com conhecimentos específicos; “protagonistas”, são as fontes primárias; “testemunhas” são as fontes secundárias que presenciaram o ocorrido ou tem informação (Ferraretto, 2014, p. 92);

3. “Outros veículos noticiosos” também influenciam nas pautas de reportagem, programas de entrevista e mesas-redondas como a imprensa escrita, as emissoras concorrentes, blogs com relevância, noticiários de televisão, portais de notícia e redes sociais (Ferraretto, 2014, p. 93).

De posse das informações que chegam à emissora, ela é retrabalhada em vários níveis. Primeiro, com base na quantidade de informações disponíveis, o pauteiro decide com o chefe de reportagem qual será o “objeto do esforço jornalístico”. Com a pauta pronta, os profissionais do “palco da ação” - repórteres, correspondentes e enviados especiais - atuarão. A notícia apurada será colocada direto no ar pela equipe de reportagem ou repassada aos redatores que redigiram os textos com base nas informações passadas pelas fontes. É comum que chefes de reportagem, pauteiros, repórteres e escutas chequem as informações provenientes de ouvintes, informantes ou de outros veículos de comunicação. Os especialistas, protagonistas e testemunhas devem ser entrevistados pelos repórteres o mais próximo do fato. Os âncoras atuam na captação das notícias, na definição dos conteúdos e apresentam o programa (Ferraretto, 2014, p. 93-94).

No tocante ao texto de rádio, existem também particulares considerando a linguagem radiofônica. Além da palavra, deve-se pensar na sua articulação oral, muitas vezes associada à música, aos efeitos sonoros e ao silêncio. Também, devido à abrangência, características e diversidade do rádio, o texto jornalístico de apresentar: 1) “clareza” de modo que a audiência consiga assimilar; 2) “precisão” no sentido que retrata o objeto da notícia com exatidão, mesmo ciente da impossibilidade de ser totalmente imparcial; 3) “concisão” no

que tange a quantidade de palavras utilizadas, em que cada uma delas apresente o significado mais completo para o público (Ferraretto, 2014, p. 99).

Considerando que o texto da notícia de rádio é “escrito para o ouvido” enquanto que o dos meios impressos é “escrito para os olhos” (Ferraretto, 2014, p. 100), algumas adaptações são necessárias para responder às indagações clássicas do jornalismo. Pelo fato de ser sintético, “inicia sempre pelo aspecto mais importante, hierarquizando os detalhes restantes (técnica da pirâmide invertida)” (Ferraretto, 2014, p. 100). No entanto, não é um texto equivalente ao lide de um jornal ou revista. No primeiro período aparece o lide respondendo às três “Qs” - “quê, quem e quando” - e “onde”, sendo respondidas as questões “como e porquê” na sequência chamada de “detalhes”, mostrando assim em ordem decrescente de importância. Ferraretto (2014, p. 101) exemplifica como se estruturam o lide e os detalhes do fato narrado (Quadro 1):

Quadro 1 - Exemplo de estrutura de texto em radiojornalismo

Lide	As forças armadas (QUEM?) depuseram (QUÊ?) hoje (QUANDO?), em Santiago no Chile (ONDE?), o presidente Salvador Allende (QUÊ?)./
1º detalhe	(COMO? e PORQUÊ?) Milhares de mortos e centenas de feridos são o saldo do golpe militar./
2º detalhe	(COMO? e PORQUÊ?) Um ataque conjunto de tropas do Exército e de esquadrões da Aeronáutica destruiu parte do palácio presidencial de La Moneda./
3º detalhe	(COMO? e PORQUÊ?) Conforme transmissões de emissoras de rádio fiéis ao governo, Allende teria sido morto durante o bombardeio.//

Fonte: Adaptado de Ferraretto (2014, p. 101).

Em resumo, a informação do rádio é falada e o redator deve ter esta informação em mente, assim como estruturar o texto respondendo às questões jornalísticas, usando a pirâmide invertida e aplicando os conceitos: clareza, precisão (ou correção) e concisão. Além do lide e dos três conceitos, Luiz Amaral (1986, p. 150 *apud* Ferraretto, 2014, p. 102) adota a fórmula “para fisgar e manter a atenção do ouvinte”: 3CV - clareza + concisão + correção + vibração.

Ainda, acrescenta-se que as orientações de elaboração de texto explicitadas nos parágrafos anteriores são utilizadas na redação de gêneros radiojornalísticos. Para compreendermos o que é gênero discursivo, primeiro evocamos o filósofo da linguagem, Mikhail Bakhtin (2003), que define que o

emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas acima de tudo, por sua construção composicional (Bakhtin, 2003, p. 261).

Parafraseando a citação, os gêneros são formas “relativamente estáveis” de organização do discurso para realizar uma intenção comunicativa. Eles refletem as condições específicas e finalidades de cada campo porque cada um deles tem as formas típicas de enunciados como o radiojornalismo, cuja finalidade é transmitir informações com os preceitos jornalísticos (Lucht, 2009): imediatismo, instantaneidade, universalidade, proximidade e mobilidade. Essas formas-padrão que são os gêneros discursivos, como a reportagem, são caracterizadas por três elementos indissoluvelmente imbricados: conteúdo temático, estilo e construção composicional.

Especificamente sobre os gêneros do campo do jornalismo, Lucht (2009) propõe que se distinga os gêneros radiofônicos dos radiojornalísticos. Os primeiros se referem a todos que são praticados no rádio ao passo que o último contempla apenas aqueles que seguem os preceitos jornalísticos supramencionados. Em sua tese de doutorado em comunicação, defendida em 2010, ela propõe uma classificação para os gêneros jornalísticos no Brasil que, até aquele ano, não havia sido superada pela obra brasileira *Princípios e Técnicas de Radiojornalismo*, de Zita de Andrade Lima, viúva de Luiz Beltrão.

Assim, a classificação foi proposta com base no panorama dos gêneros radiojornalísticos e seus respectivos formatos discutidos no referencial teórico, a experiência prática da autora e a classificação proposta por Marques de Melo (2006), a partir dos meios impressos (Quadro 2) (Lucht, 2009, p. 60): i. gênero informativo, formatos - nota, notícia, *flash*, manchete, boletim, reportagem e

entrevista; ii. gênero opinativo, formatos - editorial, comentário, resenha, crônica, testemunhal, debate, painel, charge eletrônica, ouvinte e rádio-conselho; iii. gênero interpretativo, formatos - coberturas especiais, perfil, biografia, documentário radiofônico, enquete e divulgação técnico-científica; iv. gênero utilitário, formatos - trânsito, previsão do tempo, roteiro, serviço de utilidade pública, cotação, necrologia e indicador.

Vale, no entanto, fazer uma ressalva que, a partir da discussão teórica estabelecida por Lucht (2009), a noção de formato estaria mais próxima daquela que Bakhtin (2003) atribuiu a “gênero discursivo”, enquanto que os gêneros informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e divisional (Quadro 2) corresponderia à noção “hipergênero”, de Maingueneau (2006), visto que o último abriga diferentes gêneros autônomos, unidos por elementos comuns⁵.

Voltando à Lucht (2009, p. 54), ela cita Rabaça e Barbosa (1995, p. 279) para definir formato como a “estrutura de uma programação, geralmente representada graficamente por um esquema a ser seguido pelos roteiristas e programadores”. Ele é, então, um contorno, um molde concreto com a disposição de elementos da linguagem radiofônica de um programa para criar uma estratégia de programação de uma dada rádio para atrair a audiência (Lucht, 2009, p. 54). Os formatos são tipos de emissões que caracterizam determinado gênero jornalístico, obedecendo critérios de estilo, conteúdo e estrutura (Lucht, 2009, p. 55).

Nesse sentido, alguns formatos apresentados por Lucht (2009) podem aparecer como um programa em si ou como parte de outro. A autora os compara aos ingredientes de uma receita como frutas. Elas podem tanto compor uma receita de torta junto com outros tipos de ingredientes ou podem ser ingeridas sozinhas (Lucht, 2009, p. 57). O panorama dos tipos de programas admitidos e como eles se enquadram na classificação de gêneros radiojornalísticos são: i. gênero informativo, formatos - radiojornal, boletim, síntese, noticiosa, edição, extra, programete/drops, mesa-redonda; ii. gênero opinativo, formatos - radiojornal e programa de participação do ouvinte; iii. gênero interpretativo, formatos - retrospectiva, roda de imprensa (semelhante

⁵ Os limites do presente trabalho não permitem uma discussão desta magnitude, o que demandaria mais fôlego teórico e em maior extensão de páginas. A hipótese lançada aqui toma como base a classificação que Ramos atribui aos quadrinhos como um hipergênero por abrigar outros gêneros (Ramos, 2009).

ao “roda viva” da tv cultura, baseado na entrevista) e radiodocumentário; iv. gênero utilitário, formatos - especiais, radiojornal, boletim e síntese noticiosa; v. diversional, formatos - programas de auditório, programa temáticos (esportivo, policial, cultural, educativo, etc), radiorrevista e/ou de variedades, *talk show* (semelhante ao programa da Rádio CBN, conduzido por Dan Stulbach: “Fim de Expediente”).

Isso posto, de posse das definições de formatos, tipos de programas e seus respectivos gêneros, para que o noticiário vá para o ar é necessário editá-lo, de modo a selecionar e ordenar as informações. Para tanto, cada tipo de programa pressupõe uma organização. A síntese noticiosa, por exemplo, é um tipo de informativo com duração média de cinco minutos em que as notícias seguem uma hierarquia de importância para segurar a atenção do público até o final da emissão. Nesse gênero, as notas⁶ são “apresentadas por um único locutor e com um patrocínio exclusivo”. A base da edição é uma “aproximação das notícias pela similaridade de assuntos”, na qual as notícias formam uma unidade porque “uma puxa a outra” devido ao assunto ser próximo (Ferraretto, 2014, p. 140). Além das notas – que seguem a hierarquia na apresentação da segunda mais importante como a primeira, seguida na ordem decrescente de relevância até a última que é a mais importante da edição -, a síntese noticiosa inicia com manchete, texto de abertura, comercial e, depois do encadeamento das notas, o fechamento (Ferraretto, 2014, p. 141).

A critério de comparação, a característica da organização do radiojornal muda porque ele tem uma extensão de 30 minutos a uma hora e reúne vários formatos noticiosos. Dentre eles estão notas em textos corridos ou manchetados, reportagens⁷ e entrevistas⁸, os gêneros opinativos como

⁶ Notas são “as informações de ‘última hora’, recém chegadas à redação” e que por isso estão em processo de configuração (Lucht, 2009, p. 62).

⁷ “Material elaborado pelo repórter, com duração de 3 a 5 minutos geralmente composto pela cabeça ou lide da matéria lida pelo autor, seguido de sonora do entrevistado (ou várias inserções intercaladas com a fala do repórter) mais as ilustrações do palco de ação, ou seja, de sons do local onde ocorreu o fato” (Lucht, 2009, p. 63).

⁸ “A entrevista é uma das formas básicas de que dispõem os jornalistas para a coleta de informações que, mais tarde, servirão como base para a confecção de matérias jornalísticas, seja no corpo da matéria ou em *off*”. Ela também pode ser um “elemento autônomo, fortemente influenciado pela técnica do entrevistador, responsável por comandar o diálogo” (Lucht, 2009, p. 64).

editorial⁹ e comentário¹⁰ e aqueles utilitários como as “seções fixas (aeroporto, direitos do consumidor, mercado financeiro, meteorologia, trânsito...)”¹¹ (Ferraretto, 2014, p. 144). Outra diferença em relação à síntese noticiosa é que o ouvinte não pode aguardar os 30 minutos para ouvir a informação mais importante. Assim, a pirâmide invertida é usada na organização interna considerando o programa em blocos e, em cada um deles, há uma informação importante seguida por demais de menor relevância e termina o bloco chamando para a primeira notícia do seguinte.

A edição do radiojornal também pode ser feita por “similaridade de assuntos” (como foi mencionado no parágrafo anterior); por “zonas geográficas” em que as notícias são separadas em blocos na ordem “local, nacional e internacional”, “em ordem decrescente de importância” (Ferraretto, 2014, p. 145); com a divisão por “editorias” o que pressupõe uma boa equipe de reportagem que consiga cobrir as editorias como “geral, política, economia e internacional” (Ferraretto, 2014, p. 147); e a “edição em fluxo de informação”, predominante em emissoras *all-news* dos Estados Unidos, nas quais a programação é dividida em módulos, em que são “apresentadas novas notícias, outras são repetidas e atualizadas” (Ferraretto, 2014, p. 148).

Com base nas definições apresentadas, o Uninter Informa pode ser classificado como um radiojornal, com duração de 20 a 25 minutos, sem ser dividido em blocos e sem comercial. Em análise das edições veiculadas em 2025, no perfil do Spotify, identifica-se como elementos da sua estrutura interna: abertura, manchetes, reportagens chamadas pela apresentadora, comentários, notas de serviço e notas do Mediação e encerramento. O conteúdo noticioso segue o padrão solicitado no projeto laboratorial, é realizado pelos estudantes de várias cidades do país, cujas pautas seguem as editorias de política, opinião, saúde, comportamento, cultura e esportes. Não foi possível identificar o uso da pirâmide invertida na distribuição das notícias por ordem de

⁹ “A maioria dos manuais de jornalismo refere-se ao editorial como texto não assinado, que representa a opinião do veículo”. Dentre os atributos específicos que identificam o editorial estão: “impessoalidade, topicalidade, consensualidade e plasticidade” (Lucht, 2009, p. 65).

¹⁰ O comentário serve explica a notícia trazendo “ângulos obscuros não mostrados na reportagem, por exemplo. O comentarista difere-se do articulista por sua regularidade de participação dentro de determinado veículo. Na maioria das vezes, os comentaristas integram a folha de pagamento da emissora” (Lucht, 2009, p. 66).

¹¹ Oferecem informações que prestam serviço à audiência, facilitando o seu cotidiano.

importância porque as pautas são mais “frias” em razão do seu prazo de veiculação, que é de até seis meses.

3 DESCRIÇÃO DO PRODUTO CULTURA - MACHADO VIRALIZADO

No jornalismo, não é recomendável passar uma ideia diretamente para a produção de uma notícia sem pensar onde e como chegar nela. A ideia de pauta deve ser primeira transformada em uma hipótese a ser refutada ou confirmada. O planejamento do trabalho no jornalismo vai torná-lo mais manejável, dando-lhe um foco, permitindo estabelecer “critérios de relevância para as evidências recolhidas e dá alicerce para um trabalho final coerente” (König, 2019, p. 135). É nesse momento que se definem os pormenores e prioridades da reportagem e se questiona se o assunto é suficientemente importante para ser investigado.

Apesar de não haver padrões pré-definidos no planejamento da notícia, é importante seguir um fio condutor que otimize o tempo e o uso das informações. Para obter uma visão plural e ampla do fenômeno investigado (König, 2019), a indicação de Pereira Júnior (2009) é que se proceda a apuração das informações em três fases: no planejamento da apuração, na revisão do conteúdo apurado e na revisão dos dados editados. König (2019), por sua vez, propõe uma classificação das etapas do processo de produção jornalística de forma mais pormenorizada, baseada em vários autores e na experiência prática dela no jornalismo (Quadro 2):

Quadro 2 - Etapas da produção jornalística

Etapas	Tipos de Programas
Pré-produção	Informação ou pista inicial Sondagem Apuração Seleção dos fatos Seleção das fontes Preparação da pauta
Produção	Coleta dos dados Entrevistas Captação de imagens Checagem Seleção das informações Redação do texto
Edição	Revisão Seleção e cortes de elementos do texto

	Redação de textos de destaque: títulos, subtítulos e manchetes
Pós-produção	<i>Layout</i> da notícia Diagramação ou "espelhamento" da edição Arte-final Envio para edição, publicação ou veiculação

Fonte: König (2019, p. 136-127).

Na próxima seção demonstramos como a etapa de pré-produção foi desenvolvida após desenvolver-se uma hipótese a ser investigada com a preparação da lista de fontes, critérios para definição do que seria a “prova”, a escolha das técnicas de investigação até a elaboração da pauta (Quadro 2).

3.1 PRÉ-PRODUÇÃO

Considerando as atividades atinentes à etapa de pré-produção, relata-se nesta seção como se chegou à produção da reportagem sobre a radorreportagem da influenciadora digital que colocou Machado de Assis em destaque nos Estados Unidos. O interesse veio da vontade de produzir algo para a editoria de cultura do Uninter Informa, em especial algum artefato jornalístico que possibilitasse pensar, ainda que de forma indireta, na educação. A escolha também passou pelos critérios jornalísticos da atualidade - o viral acabara de ser noticiado na época em que foi produzido -, continha novidades e despertaria o interesse público em virtude do impacto das mídias digitais (König, 2019, p. 138). A fonte de informações para a ideia da reportagem veio das mídias sociais e de veículos de comunicação.

Depois de desenvolvida a hipótese de que a genialidade de Machado é que havia entusiasmado a influenciadora, foi necessário elaborar o plano de trabalho jornalístico. A sondagem inicial dos primeiros dados sobre o viral foi feita por meio das mídias sociais e de portais de notícias que publicaram notas sobre o fato. Como a notícia é uma pauta mais “fria”, sobre cultura, a apuração também foi feita por meio da internet, consultando os portais de notícia que haviam noticiado. A apuração da notícia permitiu identificar que, apesar do

sucesso do viral em termos de discussão na internet, alguns críticos reclamavam da postura colonial do/a brasileiro/a que passou a considerar como “especial” tal patrimônio cultural porque uma norte-americana o chancelara como tal. Outros especialistas faziam questão de enfatizar a qualidade literária da obra machadiana.

Diante dos dados apurados, os outros dois passos foram selecionar os fatos levantados e, conseqüentemente, as fontes consultadas que seriam do tipo “especializadas”. Para expor as especificidades de linguagem e da narrativa do livro “Memórias Póstumas de Brás Cubas” que conquistaram a norte-americana, o primeiro entrevistado poderia ser um/a professor/a de literatura brasileira. Ainda, como o viral aumentou a popularidade da obra nas redes e nas vendas no país de Courtney Novak, além da discussão de usuários brasileiros, foi pensado que a outra fonte poderia ser um sociólogo a discorrer sobre o comportamento de compra e de consumo da cultura brasileira no país e no exterior. A escolha dos profissionais também considerou os fatores “a hierarquia da autoridade, a produtividade (quantidade e qualidade da informação da fonte) e a credibilidade” (König, 2019, p. 138). Acrescentamos informações sobre a viralização e sobre a obra obtida de fontes documentais, que compõem o grupo referencial (König, 2019, p. 118).

De posse de todas as informações - tema, sondagem inicial, informações apuradas, seleção de fontes e agendamento de entrevistas - foi elaborada a pauta. Nela foi acrescentado o resumo dos dados levantados preliminarmente e as informações que precisavam ser obtidas, assim como a possibilidade de fazer as entrevistas por meio de aplicativo de mensagens instantâneas. Isso porque, diferente de uma pauta de cobertura factual de um assunto do cotidiano, a de uma reportagem

deve indicar de que maneira o assunto será abordado (a linha editorial); prever que tipos de ilustrações e quantas, a reportagem terá; precisar o tempo de apuração, os deslocamentos da equipe, o tamanho e até a linha editorial da matéria” (Lage, 2006, p. 55 *apud* König, 2019, p. 141-142).

A pauta produzida está na seção “Apêndice”. Na próxima seção, abordamos como realizamos a produção da radioreportagem, considerando as

etapas: coleta dos dados, entrevistas, checagem, seleção das informações e redação do roteiro (König, 2019).

3.2 PRODUÇÃO

Na etapa de produção, deve-se “pensar em conjunto todos os elementos da linguagem radiofônica [...] e a sua aplicação prática na construção de um programa agradável e de qualidade” (Ferraretto, 2014, p. 193-194). Sob tal aspecto, formulamos o roteiro, tendo em vista se tratar de um texto escrito para ser ouvido. Sob os princípios formais mobilizados para “fisgar e manter a atenção do ouvinte” - “clareza, precisão, concisão e vibração” (3CV) (Ferraretto, 2014, p. 102), elaboramos o texto com base nas indagações clássicas do jornalismo, seguindo a fórmula: no lide, isto é, na introdução que guia atenção do ouvinte, são abordadas as questões os 3Q - que, quem, e quando; as outras O + C + P - onde, como e porquê -, são respondidas na sequência, ampliando e detalhando o assunto (Ferraretto, 2014, p. 102) com a técnica da pirâmide invertida, da informação mais importante para a menos.

No caso do formato ser reportagem, em termos estruturais, os elementos básicos são: “cabeça, ilustração ou sonora, encerramento e assinatura” (Ferraretto, 2014, p. 162). A cabeça é a introdução que resume o assunto desenvolvido no texto, ou seja, o lide como mencionamos no parágrafo anterior. Apesar de ilustração e sonora serem usadas como sinônimos, elas tem diferenças. A primeira é um trecho da entrevista ou som ambiente que integra a reportagem, enquanto a segunda, expressão vinda da televisão, remete às declarações das fontes (Ferraretto, 2014, p. 163). Na sequência, vem o encerramento com informação complementar e, por fim, a assinatura identificando o “local de onde a informação é transmitida e a identificação do repórter” (Ferraretto, 2014, p. 164).

Outrossim, consideramos a finalidade do texto radiofônico ser torná-lo compreensível para o ouvinte com o uso de “frases curtas, eliminação de orações explicativas e um desenvolvimento sintático ordenado e claro - sujeito, verbo e predicado” (Ortíz; Marchamalo, 2005, p. 53). Como a peça criada se trata de uma entrevista, foi elaborado um roteiro técnico, no qual são

especificadas as indicações e instruções mínimas para execução de um programa” (Ortíz; Marchamalo, 2005, p. 45). Utilizamos o espelho do programa, conforme *template* disponibilizado pelo PBL em duas colunas, disponível no apêndice B. O resultado da cabeça é:

Quadro 3 - Estrutura do texto jornalístico, parágrafo introdutório

O célebre autor brasileiro, Machado de Assis [QUEM?], voltou a ganhar destaque nas redes sociais [ONDE?]. A influenciadora e escritora estadunidense, Courtney Henning Novak, iniciou um projeto para ler livros ao redor do mundo, intitulado “*Read around the world*” [QUÊ?]. A ideia dela é escolher um país a partir da letra do alfabeto e ler uma obra clássica do local selecionado [COMO?]. O livro escolhido para o Brasil foi “*Memórias Póstumas de Brás Cubas*” [POR QUÊ].

Fonte: Autoria nossa.

Após a formulação do parágrafo que contém o tema e contextualização (Quadro 3), fizemos as entrevistas com as fontes especializadas previstas na pauta (Anexo A). A coleta das sonoras foi feita por meio do aplicativo de mensagens, WhatsApp, com o envio das perguntas por escrito para os entrevistados e orientações técnicas sobre a gravação das respostas. Na elaboração do roteiro técnico, apresentamos aos entrevistados usando a convenção de apresentar as fontes pela ordem: “cargo ou função + Nome da pessoa” (Ferraretto, 2014, p. 110). Entre os quatro trechos das sonoras, inserimos textos de passagem, formuladas a partir das respostas para, assim, introduzi-las. Cuidamos para que nenhuma parte ultrapassasse 30 segundos, conforme orientação de Ferraretto (2014, p. 165), como aparece no Quadro 4:

Quadro 4 - Apresentação do entrevistado e introdução à sua resposta

Apresentação da fonte 1:

O professor de literatura brasileira da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Ramon Caudali, conta um dos motivos pelos quais “*Memórias Póstumas de Brás Cubas*” conquista tantos leitores.

Passagem para outra sonora da fonte 1:

A linguagem do livro de Machado é um outro fator de destaque.

Apresentação da fonte 2:

Victor Simião, jornalista, sociólogo e mestre em ciências sociais, explica o impacto que o viral provocou nas vendas do livro.

Passagem para outra sonora da fonte 2:

Além do impacto comercial, o viral também suscitou debates acadêmicos e literários. Muitos especialistas fazem uma crítica colonial sobre a necessidade de uma norte-americana dizer que machado é bom para que outros o reconheçam. Outros, ressaltam a importância de promover a literatura brasileira no cenário mundial.

Fonte: Autoria nossa.

Acrescentamos, que no caso das sonoras, por estarmos trabalhando com entrevistas em que a fala é o elemento central, utilizamos as “convenções básicas para indicar o início e o término do trecho aproveitado” (Ferraretto, 2014, p. 202). Usamos a abreviação de “deixa inicial”, D.F., para indicar o “início do trecho a ser incluído (em geral no mínimo cinco palavras) e para “deixa final”, D.F., “final do trecho a ser incluído”, também indicado incluir no mínimo cinco palavras (Ferraretto, 2014, p. 202). Na coluna esquerda do roteiro sinalizamos a secundagem de cada trecho somado com o anterior e, na coluna direita, a secundagem referente à cada trecho (Apêndice B).

Finalizamos o roteiro técnico adicionando informações da pergunta “Por quê?” o livro é tão valioso e faz juz à viralização nas redes sociais, item “encerramento”, bem como assinamos a reportagem como se faz na passagem da telereportagem. A diferença da última é que, como não há imagem, é preciso explicitar quem é a repórter, a cidade de onde fala e o nome do programa para o qual é destinada a reportagem. Todos os *offs* foram gravados com ajuda do gravador do celular, seguindo as mesmas (Quadro 5).

Quadro 5 - Finalização da reportagem com mais detalhe e assinatura

Mais um detalhe do porquê o livro de Machado viralizou nas redes, mesmo tendo sido escrito no século XIX:

“Memórias Póstumas de Brás Cubas” foi publicado originalmente em 1881. É considerado um marco do Realismo no Brasil.

Assinatura da reportagem:

Tácia Rocha, de Maringá, Estado do Paraná, para o Uninter Informa.

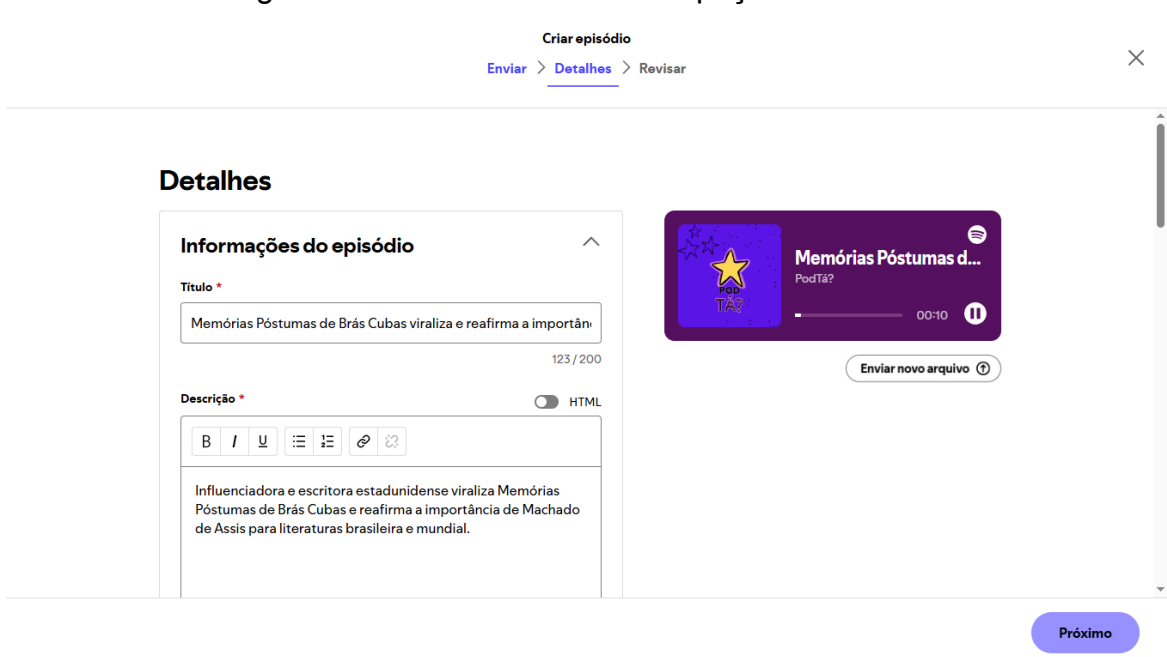
Fonte: Autoria nossa.

Finalizada a redação do texto, coleta de entrevistas e gravação dos *offs*, passamos à junção das partes por meio da edição de áudio e redação final do roteiro como explicitamos no próximo tópico (König, 2019).

3.3 PÓS-PRODUÇÃO

Na etapa de pós-produção, fizemos a seleção dos trechos das entrevistas, com vistas que cada uma não ultrapassasse 30 segundos. Inserimos os arquivos em MP3 e, para facilitar a edição e com vistas a possibilidade de publicação, optamos por editar no site creators.spotify.com. Nele, conseguimos fazer os devidos cortes e juntar as partes. Como ele não é um *software* específico para edição de áudio, não forma timelines ou mesmo dispõe da funcionalidade de mixagem de áudios. Fizemos o ajuste de volume de forma manual.

Figura 1 - *Screenshot* da tela da peça finalizada



Fonte: Autoria nossa.

Uma vez finalizada a peça, basta baixar o arquivo e, para fins de avaliação da disciplina PBL, enviamos no formato MP3. Como foi bem desenvolvido o roteiro técnico, não tivemos dificuldades na edição e finalização da peça.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo se dedica a tecer as considerações aprofundadas sobre o processo de desenvolvimento da radioreportagem “Cultura - Machado Viralizado”, produzida para o programa “Uninter Informa”. A análise abrange desde as fases de pré-produção, produção e pós-produção, explorando como os preceitos teóricos do radiojornalismo e da produção jornalística foram aplicados na prática. Além disso, são explicitadas as impressões sobre o aprendizado adquirido, a conexão entre a prática e a fundamentação teórica estudada, e uma avaliação sobre o cumprimento dos objetivos propostos, finalizando com sugestões de melhoria para trabalhos futuros.

4.1. CONSIDERAÇÕES SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

O trabalho consistiu na elaboração de uma radioreportagem que teve como foco a viralização do livro “Memórias Póstumas de Brás Cubas”, de Machado de Assis, no TikTok, impulsionada por uma influenciadora digital norte-americana. O projeto foi concebido como um memorial de um dos trabalhos práticos do curso, seguindo as diretrizes do programa laboratorial “Uninter Informa”, com duração de aproximadamente três minutos, utilizando duas fontes de informação, *offs* (narrações do repórter) e *sonoras* (depoimentos das fontes).

O processo de desenvolvimento seguiu as etapas do *processo de produção jornalística* conforme proposto por König (2019): 1) pré-produção (planejamento e apuração); 2) produção (execução do roteiro e gravações); 3) pós-produção (edição e finalização).

4.2. DADOS DE VISUALIZAÇÕES E REPERCUSSÃO DO TRABALHO

O “Uninter Informa”, programa para o qual a radioreportagem “Cultura - Machado Viralizado” foi produzida, é veiculado na Rádio Web Uninter, divulgado nas redes sociais e suas edições ficam disponíveis no site da

Agência Mediação e no perfil de Spotify do programa. A comunidade acadêmica da Uninter é o ouvinte primordial, sendo as comunidades e instituições ouvintes secundários.

No entanto, as fontes fornecidas *não contêm dados específicos sobre visualizações, número de plays, compartilhamentos, comentários ou qualquer outra métrica de repercussão direta* da radioreportagem “Cultura - Machado Viralizado” nos canais de veiculação (Rádio Web Uninter, Spotify ou Agência Mediação). Portanto, não é possível tecer considerações quantitativas sobre o alcance ou impacto direto do trabalho na audiência com base exclusivamente nas informações apresentadas.

4.3. IMPRESSÕES SOBRE O APRENDIZADO E CONEXÃO COM A FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O desenvolvimento da radioreportagem “Cultura - Machado Viralizado” proporcionou uma experiência prática valiosa, que permitiu consolidar e aprofundar o entendimento de diversos *aspectos teóricos do jornalismo e do radiojornalismo* aprendidos ao longo do curso.

A *escolha e contextualização do tema* foram os primeiros pontos de conexão com a teoria. A relevância do tema, um produto cultural em um país com a leitura em declínio, e sua "atualidade" devido à viralização no TikTok, demonstram a aplicação da definição de notícia como um "acontecimento" recente, que atende aos interesses do público. A percepção de que a viralização gerou tanto interesse pela obra quanto uma reflexão sobre a "necessidade de validação de obras nacionais por parte de países ricos" evidencia uma compreensão do jornalismo como um meio capaz de "formar" a audiência, indo além da mera informação ao permitir a análise valorativa da realidade.

A fase de *apuração e seleção de fontes* reforçou a importância da diversidade de perspectivas. A decisão de entrevistar um professor de literatura e um jornalista/sociólogo para abordar a obra de Machado e o fenômeno da validação colonial, respectivamente, demonstrou a aplicação do conceito de *fontes especializadas*. Isso permitiu construir uma narrativa plural e

aprofundada, alinhada à ideia de que um acontecimento jornalístico deve envolver a "implicação dos sujeitos". O aprendizado sobre a credibilidade e a produtividade das fontes, conforme König (2019), foi fundamental para a construção da reportagem.

A *linguagem radiofônica* foi um aspecto central do aprendizado. A prática de escrever "para o ouvido" e de aplicar os preceitos de *clareza*, *precisão* e *concisão* foi um desafio e uma grande lição. A necessidade de utilizar "frases curtas" e uma "sintaxe ordenada" para facilitar a compreensão do ouvinte em um meio "fugaz" solidificou o conhecimento sobre as particularidades do rádio. A experiência com a fórmula 3CV (*clareza*, *concisão*, *correção* e *vibração*) para "fisgar e manter a atenção do ouvinte" mostrou-se essencial para a construção de um roteiro cativante.

A *estrutura da reportagem* também foi um ponto de destaque. A aplicação rigorosa da *pirâmide invertida* na "cabeça" (lide) da reportagem, respondendo às questões "quê, quem e quando" no início e detalhando "onde, como e porquê" na sequência, é um exemplo claro da transposição da teoria para a prática. A diferenciação e o uso adequado de *offs* e *sonoras* (depoimentos das fontes) e a técnica de "passagens" para interligar as falas dos entrevistados são habilidades práticas que só se aprimoram com a produção real.

Por fim, a experiência com as *etapas de produção jornalística* (pré-produção, produção e pós-produção) ofereceu uma visão holística e estruturada do fazer jornalístico. Desde a idealização da pauta até a finalização do áudio, cada fase exigiu a aplicação de conhecimentos teóricos, planejamento e resolução de problemas. A interação com o projeto "Uninter Informa", que se enquadra como um "radiojornal" com características específicas de duração e formato, permitiu compreender as nuances dos *gêneros e formatos radiojornalísticos*.

4.4. CUMPRIMENTO DOS OBJETIVOS E ASPECTOS DE MELHORIA

A radorreportagem "Cultura - Machado Viralizado" foi concebida com um *objetivo geral* claro: estimular os ouvintes do Uninter, composto por sua maioria

jovens acadêmicos, a se sentirem motivados a ler livros clássicos da literatura brasileira. Em relação aos *objetivos específicos*, a peça radiojornalística visava: 1) estimular a redescoberta da genialidade da língua portuguesa e do imaginário machadiano; 2) criar identificação com a pauta por meio do vídeo viralizado da influenciadora digital; e 3) estimular o senso crítico sobre a necessidade de validação do Norte Global. Com base na concepção e execução do trabalho, é possível afirmar que os objetivos foram *diretamente abordados e alinhados* na construção da reportagem.

No que tange o objetivo geral, a reportagem centrou-se em uma obra clássica da literatura brasileira e no fenômeno de sua viralização por uma influenciadora que se comunica diretamente com o público jovem. Ao apresentar a obra sob uma nova ótica, conectada às mídias digitais que o público acadêmico consome, o trabalho demonstrou o esforço em motivar a leitura de clássicos, especialmente em um contexto de declínio de leitores no país.

Quanto aos objetivos específicos, podemos afirmar que: i) a inclusão da sonora com o professor de literatura, que discorreu sobre a “linguagem do livro de Machado” e os motivos de “conquista tantos leitores”, diretamente contribuiu para o objetivo específico sobre a redescoberta da genialidade; ii) quanto ao objetivo de criar identificação do público, a pauta foi construída em torno de um evento viral no TikTok, uma plataforma popular entre jovens e que aproxima o conteúdo do tipo de material que o público-alvo consome; iii) no tocante à estimular o senso crítico sobre validação estrangeira, o debate sobre a “crítica colonial sobre a necessidade de uma norte-americana dizer que machado é bom” foi explicitamente inserido na reportagem por meio da entrevista com o jornalista/sociólogo. Isso demonstrou um esforço claro em fomentar a reflexão crítica, cumprindo o objetivo proposto.

Embora o *design* e o *conteúdo* da radiorreportagem tenham sido elaborados para cumprir os objetivos propostos, a *ausência de dados de audiência ou feedback direto dos ouvintes* [Seção 4.2] impede uma avaliação quantitativa do *impacto real* da reportagem na motivação para a leitura ou na estimulação do senso crítico do público. Portanto, o cumprimento dos objetivos

é inferido pela adequação do produto aos seus propósitos, e não por sua mensuração de resultados externos.

4.5 ASPECTOS QUE PODERIAM SER MELHORADOS

Caso o trabalho fosse desenvolvido novamente, alguns aspectos poderiam ser aprimorados para otimizar a qualidade da produção e a mensuração de seu impacto:

1. *Ferramentas de Edição de Áudio*: a utilização da plataforma *creators.spotify.com* para a edição final, embora prática, apresentou limitações significativas, como a falta de *timelines* e recursos de *mixagem de áudios*, exigindo ajustes manuais de volume. Para uma próxima produção, o uso de um **software de edição de áudio mais robusto**, como o Adobe Audition (mencionado no processo, mas não utilizado para a finalização), seria fundamental para aprimorar a qualidade sonora, realizar transições mais suaves e garantir uma mixagem profissional, resultando em um produto final de maior excelência técnica.
2. *Mensuração de Impacto e Repercussão*: a principal lacuna no trabalho é a ausência de dados concretos sobre a repercussão da reportagem. Para futuras produções, seria valioso incorporar **mecanismos para coletar feedback direto da audiência** ou obter métricas de engajamento.
3. *Exploração de Outras Mídias/Transmídia*: embora seja uma radorreportagem, a natureza do tema (viralização em mídias digitais) oferece potencial para uma abordagem transmídia. Poderia ser interessante desenvolver *conteúdos complementares* para as redes sociais ou o site da Agência Mediação, como *posts* com trechos da reportagem, links para o livro, informações adicionais sobre Machado de Assis ou até mesmo um *blog post* com a transcrição do áudio e recursos extras, aumentando o engajamento e a acessibilidade.
4. *Aprimoramento da Atualidade da Pauta*: o fato de as pautas do "Uninter Informa" poderem ser mais "frias" e ter um prazo de veiculação de até seis meses é uma característica do projeto. Embora a pauta de Machado tenha sido recente na época da produção, em projetos futuros, a busca por temas que

permitam uma maior *sincronia entre o acontecimento e a veiculação* poderia aumentar a sensação de "imediatismo" e "velocidade" da notícia, características intrínsecas ao radiojornalismo.

Em suma, o trabalho foi um exercício prático bem-sucedido na aplicação de conhecimentos teóricos do radiojornalismo. As impressões de aprendizado são positivas, refletindo a capacidade de transpor a teoria para a realidade da produção. O cumprimento dos objetivos foi evidenciado pela coerência do produto com suas propostas iniciais, embora a mensuração do impacto real permaneça um desafio para o qual melhorias poderiam ser implementadas em projetos futuros.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Mikhail. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da criação verbal**. 4 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

Fontcuberta, Mar de. **A notícia: pistas para compreender o mundo**. 2. ed. Trad. Fernando Cascais. Lisboa, Portugal: Notícias, 2002. Coleção Mídia & Sociedade.

ORTIZ, Miguel Ángel; MARCHAMALO, Jesús. **Técnicas de comunicação pelo rádio: a prática radiofônica**. Trad. Alda da Anunciação Machado. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

KÖNIG, Mauri. **Processo de produção jornalística** [livro eletrônico]. Curitiba: InterSaberes, 2019. (Série Excelência em Jornalismo)

LUCHT, Janine Marques Passini. **Gêneros radiojornalísticos: análise da rádio Eldorado de São Paulo**. São Paulo. Tese (doutorado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009. 204 f.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. 2. ed. Petrópoles: Vozes, 2009. (Coleção Fazer Jornalismo).

RAMOS, Paulo. Histórias em quadrinhos: gênero ou hipergênero? **ESTUDOS LINGÜÍSTICOS**, São Paulo, 38 (3): 355-367, set.-dez. 2009.

APÊNDICE

APÊNDICE A – PAUTA UNINTER INFORMA	38
APÊNDICE B – CULTURA - MACHADO VIRALIZADO	41

APÊNDICE A – PAUTA UNINTER INFORMA

JORNALISMO UNINTER UNINTER INFORMA	
REPÓRTER: Tacia Rocha DATA*: 30 de abril de 2024. HORA: Como a entrevista será feita via Whatsapp, pode se mandar as questões e orientações durante o horário comercial. LOCAL: A entrevista será feita via Whatsapp, no número pessoal das fontes. ENTREVISTADO (S): Ramon Caudali, professor De Literatura Brasileira, na Universidade Estadual De Maringá; telefone: 44 99901-0920; Victor Simião, jornalista, sociólogo e mestre em Ciência Sociais; telefone: 44 99818-9448 CONTATO: Não tem assessor de imprensa mediando o contato. *Se houver mais de um horário ou local de entrevista, temos por hábito separar como primeira, segunda ou quantas marcações forem necessárias.	
DATA DE PRODUÇÃO:	PAUTEIRO(A):
RETRANCA: CULTURA - MACHADO VIRALIZADO	
PROPOSTA/OBJETIVO/ENCAMINHAMENTO	
Mostrar como um vídeo viral recente nas redes sociais despertou o interesse do público, especialmente dos mais jovens, pela obra <i>Memórias Póstumas de Brás Cubas</i>, de Machado de Assis, e como isso impactou tanto o mercado editorial quanto o reconhecimento da literatura brasileira no cenário internacional. A reportagem busca destacar a importância atemporal do livro, segundo especialistas, e refletir sobre o papel das redes sociais na formação de novos leitores.	

Sugestões ao repórter:

Fontes Entrevistadas:

Ramon Caudali: Professor de Literatura Brasileira na Universidade Estadual de Maringá (UEM).

Pergunta: Qual a relevância de "Memórias Póstumas de Brás Cubas" na literatura mundial?

Resposta: Comentário sobre a obra e sua importância atemporal.

Vitor Simião: Jornalista e Sociólogo.

Pergunta: Qual foi o impacto do viral nas vendas do livro?

Resposta: Observações sobre o aumento nas vendas e a importância das redes sociais na redescoberta de clássicos.

Pergunta: Qual a sua opinião sobre o debate acalorado acerca da necessidade de uma leitora do Norte Global reconhecer o valor da obra: isso é bom ou nem tanto?

Resposta: Espera-se que, longe de uma resposta maniqueísta, e expresse uma opinião mais pessoal sobre a polêmica.

Estrutura do Roteiro:

Lide: Introdução ao tema e contexto do viral da influenciadora.

Desenvolvimento: Intercalação de *offs* e sonoras, contextualizando o impacto do viral e opiniões de especialistas.

Conclusão: Resumo do impacto cultural e comercial, ressaltando a importância da literatura brasileira.

Nota Técnica:

Sonoras: Certificar que as gravações das sonoras estejam dentro dos 30 segundos.

Off: Manter a formalidade e impessoalidade na narração.

Equalização: Garantir que todos os áudios estejam na mesma altura e com qualidade sonora adequada.

DADOS/ INFORMAÇÕES

[Vídeo da influenciadora que viralizou](#)

Jornal Nacional (G1): [Livro de Machado de Assis faz influenciadora americana viralizar nas redes sociais](#)

L'Officiel: [Machado de Assis viraliza nas redes sociais e reacende debate.](#)

CBN Brasil Pop: [Influencer dos EUA que viralizou com Machado de Assis opina sobre](#)

[“Dom Casmurro”](#)

[Livro de Machado de Assis, ‘Memórias Póstumas de Brás Cubas’, faz escritora americana viralizar](#)

[Memórias Póstumas de Brás Cubas \(Machado de Assis\) | Tatiana Feltrin](#)

APÊNDICE B – CULTURA - MACHADO VIRALIZADO

REPORTAGEM	
UNINTER INFORMA	
EDITORIA: CULTURA	RETRANCA: CULTURA - MACHADO VIRALIZADO
REPÓRTER: TACIA ROCHA	TEMPO TOTAL: 2:59
28” - OFF 1	O CÉLEBRE AUTOR BRASILEIRO, MACHADO DE ASSIS, VOLTOU A GANHAR DESTAQUE NAS REDES SOCIAIS. A INFLUENCIADORA E ESCRITORA ESTADUNIDENSE, COURTNEY HENNING NOVAK, INICIOU UM PROJETO PARA LER LIVROS AO REDOR DO MUNDO, INTITULADO <i>"READ AROUND THE WORLD"</i> . A IDEIA DELA É ESCOLHER UM PAÍS A PARTIR DA LETRA DO ALFABETO E LER UMA OBRA CLÁSSICA DO LOCAL SELECIONADO. O LIVRO ESCOLHIDO PARA O BRASIL FOI “MEMÓRIAS PÓSTUMAS DE BRÁS CUBAS”. (28”)
38” - OFF 1	O PROFESSOR DE LITERATURA BRASILEIRA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ (UEM), RAMON CAUDALI, CONTA UM DOS MOTIVOS PELOS QUAIS “MEMÓRIAS PÓSTUMAS DE BRÁS CUBAS” CONQUISTA TANTOS LEITORES. (10”)
1’02” - SONORA 1 RAMON CAUDALI (PROFESSOR DE LITERATURA BRASILEIRA)	D.I.: “A GENTE TÁ FALANDO DE UM LIVRO QUE ESTÁ SENDO ESCRITO POR UM MORTO ... D.F.: ... ENTÃO ELE FALA SOBRE A CONDIÇÃO HUMANA E MUITO SOBRE A MISÉRIA HUMANA”. (24”)

1'26" - OFF 2 1'31" - SONORA 1 RAMON CAUDALI (PROFESSOR DE LITERATURA BRASILEIRA) 1'51" - OFF 3 2'01" - SONORA 2 VICTOR SIMIÃO (JORNALISTA) 2'17" - OFF 4	A LINGUAGEM DO LIVRO DE MACHADO É UM OUTRO FATOR DE DESTAQUE. (5") D.I.: "E A MANEIRA COMO ELE TRABALHA COM ESSA SITUAÇÃO ... D.F.: ... QUE NADA MAIS QUE É UM GRANDE HERÓI, TÃO BAJULADO NOS FILMES DE HOJE EM DIA, NA LITERATURA DE HOJE EM DIA". (20") VICTOR SIMIÃO, JORNALISTA, SOCIÓLOGO E MESTRE EM CIÊNCIAS SOCIAIS, EXPLICA O IMPACTO QUE O VIRAL PROVOCOU NAS VENDAS DO LIVRO. (10") D.I.: "EM RAZÃO DESSA VIRALIZAÇÃO DO VÍDEO ... D.F.: ... PRINCIPALMENTE NA PLATAFORMA DA AMAZON". (16") ALÉM DO IMPACTO COMERCIAL, O VIRAL TAMBÉM SUSCITOU DEBATES ACADÊMICOS E LITERÁRIOS. MUITOS ESPECIALISTAS FAZEM UMA CRÍTICA COLONIAL SOBRE A NECESSIDADE DE UMA NORTE-AMERICANA DIZER QUE MACHADO É BOM PARA QUE OUTROS O RECONHEÇAM. OUTROS, RESSALTAM A IMPORTÂNCIA DE PROMOVER A
---	--

