



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE JORNALISMO**

**JOSÉ ÍTALO DA SILVA RAIMUNDO**

**RELATO DE EXPERIÊNCIA DO ESTÁGIO SUPERVISIONADO NO INSTITUTO  
FEDERAL DA PARAÍBA**

**CAMPINA GRANDE/PB  
2024**

JOSÉ ÍTALO DA SILVA RAIMUNDO

**RELATO DE EXPERIÊNCIA DO ESTÁGIO SUPERVISIONADO NO INSTITUTO  
FEDERAL DA PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) na modalidade artigo científico, apresentado ao Departamento do Curso de Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

**Orientadora:** Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima

**CAMPINA GRANDE/PB  
2024**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

R153r Raimundo, Jose Italo da Silva.  
Relato de experiência do estágio supervisionado no Instituto Federal da Paraíba. [manuscrito] / Jose Italo da Silva Raimundo. - 2024.  
24 p.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2024.  
"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA. "  
1. Relato de experiência. 2. Jornalismo. 3. IFPB. 4. Rádio Educativa. I. Título  
21. ed. CDD 070.1

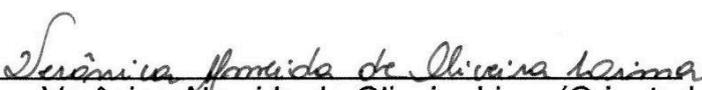
JOSÉ ÍTALO DA SILVA RAIMUNDO

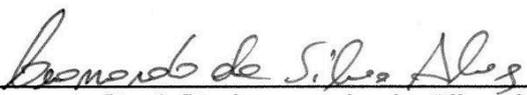
RELATO DE EXPERIÊNCIA DO ESTÁGIO SUPERVISIONADO NO INSTITUTO  
FEDERAL DA PARAÍBA

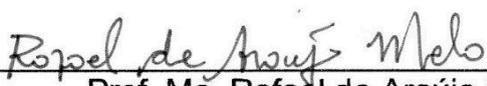
Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
na modalidade artigo científico,  
apresentado ao Departamento do Curso  
de Jornalismo, da Universidade Estadual  
da Paraíba (UEPB), como requisito parcial  
à obtenção do título de Bacharel em  
Jornalismo.

Aprovado em: 19/06/2024.

**BANCA EXAMINADORA**

  
\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Me. Rafael de Araújo Melo  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A minha mãe, por sempre orar, acreditar em mim e me motivar, ao meu pai, pelo apoio e a minha irmã, pelo companheirismo, DEDICO.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>06</b>
<b>2</b>	<b>RÁDIO: HISTORICIZAÇÃO E ADAPTAÇÕES</b> .....	<b>07</b>
<b>2.1</b>	<b>Rádios: educativa, comunitária e comercial</b> .....	<b>09</b>
<b>3</b>	<b>ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL</b> .....	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>13</b>
<b>4.1</b>	<b>Instituto Federal da Paraíba</b> .....	<b>13</b>
<b>4.1.1</b>	<b><i>Instituto Federal da Paraíba Campus Campina Grande</i></b> .....	<b>13</b>
<b>4.1.1.1</b>	<b><i>Assessoria de Comunicação (ASCOM)</i></b> .....	<b>14</b>
<b>4.1.1.2</b>	<b><i>Rádio Educativa FM Campina</i></b> .....	<b>14</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>15</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>16</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>17</b>
	<b>APÊNDICE A – MATÉRIAS PUBLICADAS NO PORTAL DO IFPB</b> .....	<b>19</b>
	<b>APÊNDICE B – REPORTAGENS PRODUZIDAS PARA A RÁDIO</b> .....	<b>20</b>

## RELATO DE EXPERIÊNCIA DO ESTÁGIO SUPERVISIONADO NO INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA

José Ítalo da Silva Raimundo<sup>1</sup>

### RESUMO

O presente trabalho tem por finalidade relatar as experiências vivenciadas durante o estágio curricular supervisionado do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, realizado na Rádio Educativa FM Campina (98,9 FM), pertencente ao Instituto Federal da Paraíba, campus Campina Grande, assim como descrever também a atuação na assessoria de comunicação da referida instituição federal, no período de 02 de julho de 2023 a 02 de janeiro de 2024. As atividades relatadas ao longo deste documento foram supervisionadas pelo jornalista do IFPB, Clébio Melo, e pela professora Dr<sup>a</sup>. Verônica Almeida de Oliveira Lima, na UEPB. O relato de experiência foi a abordagem metodológica adotada e como instrumento de coleta de dados foi elaborada uma planilha para o detalhamento das atividades realizadas durante o referido período de estágio. O trabalho toma como base teórica as contribuições teóricas de Meditsch (2001), Ferraretto (2001), Jenkins (2009) e Almansa (2010), dentre outros autores que abordam sobre rádio, comunicação e novo perfil profissional do jornalista. Por fim, conclui-se a importante contribuição de um estágio na trajetória acadêmica de um graduando, permitindo a prática profissional, além de reafirmar o papel fundamental que o rádio possui nos dias atuais.

**Palavras-chave:** relato de experiência; jornalismo; IFPB; Rádio Educativa.

### ABSTRACT

The purpose of this work is to report the experiences experienced during the supervised curricular internship of the Journalism course at the State University of Paraíba, held at Rádio Educativa FM Campina (98.9 FM), belonging to the Federal Institute of Paraíba, Campina Grande campus, as well how to describe the work in the communication department of the aforementioned federal institution, from July 2, 2023 to January 2, 2024. The activities reported throughout this document were supervised by the IFPB journalist, Clébio Melo, and teacher Dr<sup>a</sup>. Verônica Almeida de Oliveira Lima, at UEPB. The experience report was the methodological approach adopted and as a data collection instrument, a spreadsheet was created to detail the activities carried out during the aforementioned internship period. The work takes as its theoretical basis the theoretical contributions of Meditsch (2001), Ferraretto (2001), Jenkins (2009) and Almansa (2010), among other authors who address radio, communication and the new professional profile of the journalist. Finally, the important contribution of an internship to the academic trajectory of a graduate is concluded, allowing professional practice, in addition to reaffirming the fundamental role that radio plays today.

**Keywords:** experience report; journalism; IFPB; Rádio Educativa.

---

<sup>1</sup> Estudante de graduação do curso de jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: jose.raimundo@aluno.uepb.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

O estágio supervisionado é um componente curricular obrigatório inserido nos projetos pedagógicos de cursos de todas as instituições de ensino superior do Brasil. Na Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) ao se aproximar da conclusão do processo enquanto estagiário é exigida a produção de um relatório final comprovando o exercício profissional desenvolvido. Diante da afirmativa, o presente trabalho busca relatar as atividades executadas ao longo do estágio na Rádio Educativa FM Campina (98,9 FM) e na Assessoria de Comunicação, ambas pertencentes ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) campus Campina Grande. O período do estágio foi entre 02 de julho de 2023 a 02 de janeiro de 2024.

A pesquisa é fundamentada pelos autores Meditsch (2001), Ferraretto (2001), Jenkins (2009) e Almansa (2010), dentre outros que abordam sobre rádio, comunicação, convergência e o novo perfil profissional do jornalista, embasando teoricamente as atividades especificadas.

Na leitura deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) será possível conhecer um pouco sobre o IFPB e a Rádio Educativa FM, as rotinas produtivas, o processo de produção, a execução do que é proposto e também compreender a importância da atuação prática como processo de formação profissional.

O ingresso ao mercado de trabalho em várias áreas profissionais para estudantes universitários se dá geralmente por meio de oportunidades de estágios. Essa integração permite que seja colocado em prática todo o conteúdo teórico ministrado pelos docentes. Corroborando com tal afirmação, a lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008, diz que o estágio é um meio educativo que é necessário a supervisão de um profissional, deve ser desenvolvido em um ambiente voltado para a área específica do estudante, seja da educação superior, da educação profissional ou do ensino médio, e tem como objetivo a preparação para o mercado de trabalho, permitindo uma experiência maior baseado naquele que foi aprendido em sala de aula (BRASIL, 2008).

Na área da comunicação, os estudantes têm a oportunidade de atuar em locais como: agências de publicidade, televisão, portais de notícias, além do rádio e em assessorias de comunicação. Os estágios podem ser obrigatórios ou não-obrigatórios. Em ambos os casos, se faz necessária a orientação de um professor da área e um supervisor no ambiente de estágio. No caso dessa experiência abordada neste trabalho, o supervisor trata-se do jornalista Clébio Melo, graduado pela Universidade Estadual da Paraíba, técnico-administrativo do IFPB e coordenador da Rádio Educativa FM Campina. A orientadora foi a professora doutora Verônica Almeida de Oliveira Lima, docente na UEPB e que também orienta o presente trabalho.

Do ponto de vista metodológico, utilizou-se o relato de experiência, que visa à descrição da intervenção e a transmissão de conhecimentos, além de permitir que o autor reflita sobre sua jornada, de tal modo que exige a análise crítica acerca da vivência. Como instrumento, utilizou-se uma planilha com o objetivo de organizar os dados dos conteúdos produzidos.

Quanto à estrutura definida para o trabalho, inicialmente, após esta introdução, apresenta-se a fundamentação teórica, que foi dividida em dois capítulos. O primeiro capítulo é nomeado de “Rádio: Historicização e adaptações”, nele é feita uma abordagem de como o rádio surgiu no Brasil, baseado nos pesquisadores Ferraretto e Valci Zuculoto, logo após são abordados os desafios

enfrentados pelo rádio diante do processo de modernização, seguido de um subtítulo que tipifica os formatos de radiodifusão. Visto que, durante o processo de estágio houve atuação na assessoria de comunicação, no segundo capítulo, busca mostrar a importância do papel de uma assessoria de comunicação em uma instituição, além de debater acerca do novo perfil profissional exigido ao jornalista.

Posteriormente, é apresentada a metodologia de pesquisa, no caso o relato de experiência e a descrição das atividades executadas. Na sequência é abordada a história da instituição de ensino na qual o estágio foi desenvolvido, seguida dos resultados e discussões. Por fim, as considerações finais.

## 2 RÁDIO: HISTORICIZAÇÃO E ADAPTAÇÕES

O rádio, segundo o professor Eduardo Meditsch (2001), é um veículo informativo e tem como intenção deixar a sociedade ciente dos acontecimentos em tempo real. Esse meio de informação, visto como uma ferramenta de construção da cultura do país, teve sua primeira transmissão oficial no Brasil, no dia 07 de setembro de 1922, durante as comemorações do centenário da independência brasileira e foi possível ouvir música e o discurso do presidente da época Epitácio Pessoa e, assim, iniciou o processo de implantação do rádio como meio de comunicação massiva, a partir do professor Edgar Roquette-Pinto e do médico Henrique Morize (FERRARETTO, 2001). Quanto ao advento da radiodifusão, um debate foi levantado durante o XII Encontro Nacional da História da Mídia, promovido em Natal/RN, onde pesquisadores do rádio brasileiro, Luiz Maranhão Filho e Pedro Serico Filho, referendam que a radiodifusão teve seu início em 06 de abril de 1919, na Rádio Club Pernambuco, e não em 1922, tal manifesto ficou intitulado de “Carta de Natal”<sup>2</sup>.

O primeiro jornal de rádio brasileiro foi ao ar na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro e foi apresentado por Edgar Roquette-Pinto, considerado o pai da radiodifusão no país. Valci Zuculoto (2003, p. 16) diz que o primeiro radiojornal era chamado de *Jornal da Manhã* e as informações eram repassadas por meio da leitura de jornais impressos: “Em casa, ele lia os jornais, marcava as notícias que considerava mais interessantes. E após, por telefone, entrava no ar para apresentar o informativo, lendo os fatos que havia selecionado e fazendo comentários”.

Diante disso, é possível notar que era inexistente a figura do repórter, do produtor, do editor e de técnicos, tudo sendo centralizado apenas no apresentador.

Na década de 40, o jornalismo iniciou o seu processo de mudança por meio do noticiário *Repórter Esso*, que implementou novas formas de transmitir a notícia, como técnicas de leituras, textos em formatos específicos para o rádio e com tempo determinado para encerramento, fazendo com que ganhasse credibilidade, tornando esta época a de ouro do rádio brasileiro.

Com o passar do tempo, o rádio se expandiu rapidamente no Brasil, consolidando-se como um meio de comunicação de massa. A programação diversificou-se, incluindo novelas radiofônicas, programas de variedades, notícias e transmissões esportivas.

Até que na década de 50, surge a TV Brasileira e o futuro do rádio é questionado, pois diferente da radiofonia, a TV apresentava som e imagem. Diante desse processo de modernização, o rádio teve que buscar outros caminhos e novas linguagens. De acordo com o Ortriwano, foi possível encontrar novos rumos.

---

<sup>2</sup> Carta de Natal, informações disponíveis em: <https://redealcar.org/carta-de-natal/>. Acesso em: 05 julho. 2024.

No início, foi reduzido à fase do vitrolão: muita música e poucos programas produzidos. Como o faturamento era menor, as emissoras passaram a investir menos, tanto em produção quanto em equipamentos e pessoal técnico e artístico. O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi-se encaminhando no sentido de atender às necessidades regionais, principalmente ao nível de informação. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico (ORTRIWANO, 1985, p. 21).

Além dessa adaptação que diz respeito à produção de informações, uma inovação tecnológica contribuiu positivamente com esse veículo de comunicação, que é a chegada do transistor, que permite que o ouvinte escute onde quer que esteja. Outra inovação é a migração da Amplitude Modulada (AM) para a Frequência Modulada (FM), contribuindo com a melhora significativa da qualidade do som que é transmitido (PRATA, 2007).

Com o advento da *internet*, a partir do início dos anos 2000, o questionamento quanto à existência do rádio veio à tona mais uma vez, visto que uma parcela significativa da sociedade foi atraída para a *web* e, de tal forma, a busca por informações se tornou mais fácil e rápida. Meditsch afirma e realiza os seguintes questionamentos:

O velho fantasma da extinção do rádio ronda mais uma vez os nossos estúdios, trazendo angústias e incertezas a seus profissionais e gerando confusão entre os estudiosos do meio. Agora, a ameaça se chama internet, o fenômeno que parece querer subjugar o mundo nesta virada do milênio, devorando todas as mídias que o antecederam, até mesmo a televisão, até há pouco tão garbosa no seu domínio sobre a civilização. Diante de tal poder e voracidade, quem tem chance de sobreviver? Alguém é louco de apostar no rádio? (MEDITSCH, 2001, p. 1)

Com este cenário imposto, o rádio teve que passar por um novo processo de adaptação, sendo necessário a busca por ocupar espaço neste ambiente tecnológico, logo, foi fundamental ir além do áudio e agregar o uso de textos, vídeos, fotos, ou seja, tornou-se um conteúdo multimídia, ou melhor, um serviço transmídia. O termo transmídia é explicado por Jenkins (2009) como uma história/contéudo que tem vários desdobramentos, atinge várias mídias e em cada plataforma são conteúdos diferentes que se completam, de tal forma, que expande a informação.

Fica evidente que apesar da popularização da *internet*, os meios de comunicação não caem em desuso, apenas são transformados, conforme explica Jenkins,

É por isso que a convergência midiática parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformação dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 41-42).

Logo, é possível compreender a necessidade de reinventar-se, visto que, diante do processo de modernização, o rádio sofreu grande impacto devido às mudanças nas formas de consumir conteúdo, porém, soube se adaptar e precisamente as plataformas digitais foram uma forma de continuar gerando valor e

agregando no trabalho realizado, deixando evidente a era multiplataforma<sup>3</sup> do rádio.

Diante da crise sanitária enfrentada, a pandemia da COVID-19, o rádio mostrou que possui um importante papel informativo e social, visto que, dependendo da localidade, foi o único meio comunicacional que o indivíduo teve acesso. Além da credibilidade que é repassada, uma vez que a desinformação teve uma crescente, então, este veículo de comunicação foi uma fonte segura para a população. De acordo com uma pesquisa<sup>4</sup> realizada, em 2020, pela Kantar Ibope Media, 71% afirmaram consumir a mesma quantidade ou mais conteúdo radiofônico, em comparação com o período anterior à pandemia. Outros 20% declararam estar ouvindo muito mais rádio do que ouviam antes, em período de circulação normal.

Mesmo diante das mudanças, algumas características são mantidas e atreladas ao rádio, como a forma de transmitir as informações de uma linguagem oral que permite fácil compreensão das informações independente do nível escolar (ORTRIWANO, 1985).

Outra característica, levantada por McLeish, diz respeito à flexibilidade para realizar a escuta e a instantaneidade:

Tecnicamente simples, este meio de comunicação é bastante flexível e em geral funciona melhor numa situação imediata “ao vivo”. Nada de processar filme nem esperar que o material seja impresso. A reportagem de um correspondente internacional, um ouvinte falando ao telefone, o carro de reportagem nos subúrbios, o resultado de um jogo diretamente do estádio local, um concerto na capital, são todos exemplos do caráter imediato do rádio. Esta capacidade de gerenciamento é que gera o próprio entusiasmo. Tais recursos há muito são vistos como algo banal, tanto para a TV quanto para o rádio (...) o rádio acelera a disseminação de informações, de modo que todos ficam sabendo da mesma notícia, ideia, política, declaração ou ameaça. Se conhecimento é poder, o rádio dá poder a todos nós, quer exercitemos ou não algum tipo de autoridade (McLEISH, 2001, p. 16).

Tratando-se dos novos formatos, é possível compreender que a *internet* permitiu uma interação maior entre o locutor e o ouvinte, a participação nas programações, um conhecimento maior acerca da rádio, visto que nos sites da *web*, em sua grande maioria, são apresentadas as histórias de cada veículo, a grade de programação, a equipe, entre outros, e isso termina gerando proximidade. Outro diferencial diz respeito à concessão, pois não é necessário a legalização para uma rádio atuar no meio digital.

## 2.1 Rádios: educativa, comercial e comunitária

No Brasil, o serviço de radiodifusão expandiu, podendo ser local, regional e ou nacional e, conseqüentemente, cada veículo foi realizando a sua abordagem específica, com propósitos diferentes. Diante dos diversos decretos implantados e especificados a seguir, as rádios foram se enquadrando em algumas modalidades conforme o modelo proposto na solicitação das outorgas. Dentre os tipos, é possível elencar: as rádios comerciais, as comunitárias e as educativas, cada uma com intuito diferente e com modelos a seguir também.

<sup>3</sup> Também definido como rádio expandido, conceito criado pelo professor Marcelo Kischinhevsky, que diz que é possível escutar as transmissões radiofônicas também na TV, via internet, no celular e no computador, ou seja, vai além das ondas hertzianas.

<sup>4</sup> Disponível em:

[https://www.reporterceara.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Update09\\_04\\_Midia-e-Covid\\_Kantar\\_IBOPE\\_Media.pdf.pdf](https://www.reporterceara.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Update09_04_Midia-e-Covid_Kantar_IBOPE_Media.pdf.pdf). Acesso em: 11 jul. 2024.

As rádios comerciais são empresas que operam com objetivo de fins lucrativos através de publicidades e, em sua grande maioria, são vinculadas a fortes grupos econômicos e políticos. Os anúncios pagos pelos patrocinadores são intercalados intencionalmente durante a programação e visam o convencimento do público-alvo. O conteúdo dessas peças publicitárias tem um limite de conteúdo a ser abordado conforme previsto em lei<sup>5</sup>. De acordo com o Ministério das Telecomunicações, o processo de outorga de radiodifusão de sons ou de sons e imagens, em caráter comercial, ocorre por processo licitatório, nos termos da Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993.

A rádio comunitária surge por meio de movimentos sociais, que exigiam a democratização dos meios de comunicação, isso no período da ditadura militar e, anteriormente, eram consideradas rádios piratas. Essa modalidade só foi, de fato, reconhecida no ano de 1998, com o surgimento da Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro. De acordo com essa legislação, ela funcionaria em Frequência Modulada (FM), operada em baixa potência, com cobertura restrita, devendo ser administrada por fundações e/ou associações comunitárias e, diferente da comercial, sem fins lucrativos.

De acordo com Oliveira (2009), algumas regras são exigidas para que as rádios comunitárias possam iniciar a sua operação em determinada localidade, que são:

Ter alcance máximo de 1 Km de raio; Dar preferência para finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas; Promover atividades jornalísticas locais; Respeitar os valores éticos e sociais da pessoa e da família; Dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais; Prestar serviços de utilidade pública; [...] Garantir espaço na sua programação para a divulgação de planos e realizações de entidades ligadas, por suas finalidades, ao desenvolvimento da comunidade; Garantir os princípios da pluralidade de opinião em caso de matérias polêmicas [...] (OLIVEIRA, 2009).

Há ainda outras regras especificadas por Oliveira, algumas que não são cumpridas, principalmente quando trata-se de gratuidade na programação, e que devido a falta de fiscalização, essa mídia segue atuando de forma normal, sem multas ou punições.

Ter um Conselho Comunitário para definir e coordenar a sua programação; Garantir a gratuidade dos horários da sua programação para todos os cidadãos da localidade onde se encontra instalada; Sempre desenvolver a integração da comunidade atendida (OLIVEIRA, 2009).

Além dessas regras, há algumas proibições descritas na lei que instituiu a rádio comunitária, mas com o passar do tempo algumas foram sofrendo adaptações e mudanças, como, por exemplo, o proselitismo nas programações, que foi julgada inconstitucional.

A rádio educativa tem como objetivo a transmissão de programas educativo-culturais, além de abranger as atividades de divulgação educacional, cultural, pedagógica e de orientação profissional. Essa modalidade não possui fins lucrativos, ou seja, não pode ter a veiculação de materiais publicitários e nem propagandas, exceto quando trata-se de apoio cultural. O modelo de radiodifusão

<sup>5</sup> Código brasileiro de autorregulamentação publicitária - [http://www.conar.org.br/pdf/codigo-conar-2021\\_6pv.pdf](http://www.conar.org.br/pdf/codigo-conar-2021_6pv.pdf)

educativa passou a ser reconhecido no ano de 1967, quando houve algumas mudanças no código brasileiro de telecomunicações.

Os documentos que regram a outorga de rádios e TVs educativas são o Decreto-Lei 236, de 28 de fevereiro de 1967, o Decreto nº 2.108, de 24 de dezembro de 1996, e a Portaria Interministerial nº 651, de 15 de abril de 1999. De acordo com os documentos, podem pleitear a outorga para a execução de serviços de radiodifusão, com fins educativos, as pessoas jurídicas de direito público interno, inclusive universidades, e fundações instituídas por particulares e demais universidades brasileiras.

Semelhante a modalidade comunitária, na rádio educativa, não é necessário apenas abordagens referentes a estudo, como pessoas podem interpretar, é possível realizar a transmissão de informações da sociedade.

Art. 2º Os programas de caráter recreativo, informativo ou de divulgação desportiva poderão ser considerados educativo-culturais, se neles estiverem presentes elementos instrutivos ou enfoques educativo-culturais identificados em sua apresentação (BRASIL, 1999).

É possível compreender que essa modalidade exerce um importante papel na sociedade, contribuindo com a difusão e a democratização do conhecimento, a participação dos meios, a preservação da cultura, e sobretudo, promover a educação.

Alguns questionamentos podem surgir ao se deparar com as leis instituídas para as modalidades de radiodifusão, principalmente no que concerne à fiscalização. De acordo com a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) é o órgão responsável pela fiscalização dos aspectos técnicos das rádios, garantindo que não haja condutas irregulares. Apesar de toda regulamentação, sabe-se que algumas emissoras de rádio possuem concessões e usam para interesse próprio, partidário ou até mesmo para ganhos financeiros.

### **3 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

A comunicação desempenha um papel fundamental no ambiente institucional, sendo responsável por gerenciar a imagem e a reputação da instituição perante seus públicos. Diante disso, é possível compreender dois termos que são confundidos, principalmente quando se pensa em seu processo de atuação, que é a assessoria de imprensa e a assessoria de comunicação. Conforme o Manual de Assessoria da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a assessoria de imprensa trata-se de,

Serviço prestado a instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral. Esses veículos são os jornais diários; revistas semanais, revistas mensais, revistas especializadas, emissoras de rádio, agências de notícias, sites, portais de notícias e emissoras de tevê. [...] Nesse sentido, no Brasil, quem costuma coordenar esse tipo de serviço são profissionais formados em jornalismo (FENAJ, 2007, p.7)

Ou seja, é defendido que essa atuação deve ser exercida por jornalistas, justamente por esses profissionais conhecerem o método de trabalho e o funcionamento dos meios de comunicação, tal afirmativa é corroborada por Jorge Duarte (2006).

[...] [o assessor], deve ter trânsito facilitado com as fontes de informação, conhecer a organização, suas políticas e atuação, assim como os interesses, forma de atuação dos jornalistas e saber orientar sobre seu atendimento. Ao mesmo tempo, o próprio assessor precisa ter sua atuação compreendida pelos dirigentes e empregados, o que facilitará o trabalho (DUARTE, 2006, p. 241).

Já a assessoria de comunicação desempenha um papel mais complexo e com várias atividades a serem desenvolvidas, tendo que lidar com a publicidade e propaganda, ações de cunho institucional e relações públicas, além do marketing, conforme Tales e Moura (2023). Ou seja, neste campo, observa-se a figuração de uma equipe composta por profissionais como um publicitário, um relações públicas, um marketeiro e um jornalista, caso não exista essa equipe, esse trabalho fica sob o comando do jornalista para planejar e executar todas as atribuições mencionadas.

Para exercer um papel de profissionalismo e transmitir credibilidade ao público externo, se faz necessária a presença de uma assessoria que exerça por meio da ética a sua função. A assessoria de comunicação institucional, ao considerar princípios éticos, fortalece a confiança e a legitimidade da organização perante seus públicos.

Para Almansa (2010, p. 23) a assessoria é “uma estrutura organizada, subordinada diretamente à alta direção, que coordena e interliga todas as ações de comunicação (internas e externas) para criar, manter ou melhorar a imagem da organização perante todos os seus públicos”. Logo, entende-se que a comunicação institucional é realizada de forma interna e externa, uma vez que a interna visa promover a informação para os colaboradores, de tal forma, que tenha a participação de todas as hierarquias. Além disso, permite a criação de um elo entre todas as funções, estabelecendo uma cordialidade entre todos e promovendo o desenvolvimento da empresa.

Já a comunicação externa, segundo Rodríguez (1991), é “o conjunto de mensagens emitidas por qualquer organização aos seus diferentes públicos externos para manter ou melhorar suas relações com eles a fim de projetar uma imagem favorável ou promover seus produtos ou serviços” (RODRÍGUEZ *apud* KUNSCH, 1991, p. 32).

Apesar de muitos instrumentos que são disponibilizados em uma instituição, a assessoria de imprensa é um dos métodos mais utilizados e eficazes nas organizações.

Preparação de sínteses sobre a instituição, sua história, objetivos, política de desenvolvimento, estrutura organizacional, posição que ocupa o seu setor e etc. Deve dispor de relatórios, publicações e outros dados relevantes para os jornalistas, bem como de fotografias [...] material audiovisual e etc. Deve promover as ações da própria organização e adaptar a informação que o jornalista deseja ao que a empresa pretende transmitir, redigir as assessorias de imprensa a organizar os diversos arquivos de imprensa e participar na elaboração de estratégias de comunicação da organização em todos os níveis em que ela opera (MOUTINHO; SOUZA, 2003, p. 69).

Diante dos avanços tecnológicos, as técnicas e formas de comunicação se expandiram, alterando significativamente a maneira como as notícias são produzidas, distribuídas e consumidas, tornando-se necessário uma atualização constante dos jornalistas, buscando aprender o uso das novas ferramentas e técnicas exigidas.

Logo, tal afirmação, vai ao encontro com o novo perfil profissional de um jornalista, no qual, “Nessa nova realidade profissional, o repórter não deve mais se

especializar em uma única área de cobertura para determinada mídia, mas, sim, estar pronto para veicular sua apuração em diversos formatos e linguagens” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 58).

## **4 METODOLOGIA**

O presente estudo caracteriza-se como um relato de experiência do estágio supervisionado obrigatório realizado no Instituto Federal da Paraíba (IFPB), na cidade de Campina Grande-PB, desenvolvido no período de 02 de julho de 2023 a 02 de janeiro de 2024. O objetivo é descrever as atividades desenvolvidas ao longo deste período, além de reafirmar a importância do estágio no processo de formação acadêmica.

O relato de experiência (RE) trata-se de uma pesquisa que descreve detalhadamente uma situação vivenciada. Nesse sentido, “é um tipo de produção de conhecimento, cujo texto trata de uma vivência acadêmica e/ou profissional em um dos pilares da formação universitária (ensino, pesquisa e extensão), cuja característica principal é a descrição da intervenção (MUSSI; FLORES; ALMEIDA, 2021). Além da descrição, esse procedimento metodológico permite também que o autor ou o grupo identifique ao longo do trabalho os pontos positivos e negativos, ou seja, uma análise crítica, contribuindo com o desenvolvimento do local e levantando considerações relevantes quanto à área de atuação.

Tratando-se do Instituto Federal da Paraíba campus Campina Grande, os estagiários desenvolvem conteúdos para a Assessoria de Comunicação Institucional e para a Rádio Educativa FM Campina (98,9 FM), proporcionando a todos a oportunidade de conhecer as diversas áreas estudadas durante a graduação.

Como instrumento para auxiliar na organização dos dados foi montada duas planilhas, sendo o APÊNDICE A voltada apenas para a Assessoria de Comunicação e o APÊNDICE B para as reportagens da Rádio Educativa FM. As planilhas foram desenvolvidas com o objetivo de descrever a experiência vivenciada, também especificar as produções feitas, a função exercida, o tempo de produção e comprovar o trabalho realizado durante o período.

### **4.1 Instituto Federal da Paraíba**

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC) e tem como missão ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do ensino, da pesquisa e da extensão. A instituição teve início no dia 23 de setembro de 1909, fundada por Nilo Peçanha e nomeada de Escolas de Aprendizes Artífices. Diante do processo de modernização e expansão, conseqüentemente, houve mudanças no desenvolvimento do instituto e também na nomenclatura. A Escola de Aprendizes Artífices passou a se chamar Liceu Industrial; logo após, Escola Industrial Federal da Paraíba, seguido de Escola Técnica Federal da Paraíba e depois Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba (CEFET).

Em 2008, o governo federal integrou o CEFET e a Escola Agrotécnica Federal de Sousa, oficializando o Instituto Federal da Paraíba, que contempla, atualmente, 21 *campi* espalhados pelo estado, dentre eles o IFPB campus Campina Grande.

#### **4.1.1 Instituto Federal da Paraíba Campus Campina Grande**

O IFPB campus Campina Grande iniciou a sua história no ano de 2006. Desde então, ele tem expandido suas ofertas de cursos técnicos, superiores e especialização, bem como suas atividades de pesquisa e extensão. Atualmente, oferece 19 cursos nas áreas de tecnologia, ciências exatas e humanas, tanto presenciais, quanto à distância e tem contribuído para o desenvolvimento educacional e econômico da região.

No que se refere a administração tem-se como a atual diretora-geral, Ana Cristina Alves de Oliveira Dantas, eleita para um mandato de quatro anos (2022-2026), a primeira mulher a ocupar este cargo na unidade, o diretor de desenvolvimento do ensino, Jerônimo Rocha e o diretor de administração, planejamento e finanças, Jacinto Faustino Américo.

#### *4.1.1.1 Assessoria de Comunicação (Ascom)*

A Assessoria de Comunicação consiste no setor responsável por informar acerca das ações realizadas no Instituto Federal, como eventos voltados para a comunidade acadêmica, oportunidades de estágios, projetos de extensão, auxílio estudantil, como também realiza a divulgação de conquistas dos estudantes, seja premiações em olimpíadas científicas, em jogos escolares ou participação em eventos que tenham relevância. O setor visa, sobretudo, estabelecer e manter fluxos de informação entre o IFPB e seus públicos interno e externo, e mostrar que é possível realizar uma educação pública de qualidade. O conteúdo informacional é direcionado para o portal do estudante (site do IFPB)<sup>6</sup> e para as redes sociais<sup>7</sup>, por meio de fotos, vídeos, artes gráficas, textos e áudios.

Atualmente, a ASCOM é composta por dois profissionais, sendo um técnico em audiovisual e um jornalista, além de dois estagiários que auxiliam na produção de conteúdo tanto para a ASCOM, quanto para a Rádio Educativa FM Campina (98,9 FM).

#### *4.1.1.2 Rádio Educativa FM Campina*

A Rádio Educativa FM Campina é o primeiro canal licenciado de concessão educativa da Rede Federal e é sediado no IFPB Campus Campina Grande, tendo a sua inauguração no dia 23 de setembro de 2022, ou seja, ela possui apenas um ano no ar. O sinal abrange Campina Grande e cidades da região, como Lagoa Seca, Massaranduba, Queimadas e Fagundes, entre outros municípios. É possível escutar a Educativa FM através da frequência 98,9 FM ou de forma on-line, por meio do aplicativo *Eduplay*<sup>8</sup> e, a depender do programa, é possível acompanhar na plataforma do *YouTube*<sup>9</sup>.

A equipe é composta por dois estagiários e cinco profissionais, sendo dois técnicos em audiovisual e três jornalistas (um atua na ASCOM, outro é coordenador de projetos de extensão e uma atua no gabinete da diretoria geral, os dois citados por último dão suporte na rádio justamente por serem graduados em jornalismo). A programação visa informar a sociedade acerca de temas relevantes, seja na editoria de saúde, educação, cultura ou cidades.

---

<sup>6</sup> Portal do IFPB: <https://www.ifpb.edu.br/campinagrande>

<sup>7</sup> Instagram do IFPB: <https://www.instagram.com/ifpb.campina/>

<sup>8</sup> Eduplay: <https://eduplay.rnp.br/portal/radio/educativafmcampina>

<sup>9</sup> YouTube: <https://www.youtube.com/>

Atualmente, tem no ar o programa ‘Hora de Prosa’ e ‘Rede Educação’, o boletim de notícias ‘Jornalismo no ar’ e o programete ‘Português Sem Cancelamento’, além da transmissão de programas de rádios parceiras, como a Rádio Câmara e a Rádio Senado, de Brasília.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conforme já foi citado anteriormente, no IFPB os estagiários produzem conteúdos tanto para a assessoria de comunicação, quanto para a Rádio Educativa FM Campina. Em ambos os setores, são executadas as seguintes atividades: produção, edição de vídeos, montagem de artes para as redes sociais, registros fotográficos, redação de notícias institucionais, reportagens em áudio, apresentação de boletim de notícias, gravação de vinhetas e operação da mesa de som. Todo o trabalho executado é mediante as demandas dos setores e todas as etapas passam pela supervisão de um jornalista graduado.

Tratando-se da **assessoria de comunicação** e do processo de redação das notícias para o portal do IFPB, a maioria das propostas de pauta chegavam via e-mail para o supervisor, algumas já era o release e outras apenas informando um acontecimento, após isso, caso o supervisor julgasse importante para divulgação, era encaminhado para os estagiários e solicitado a produção da notícia. No caso de release, o redator (estagiário) produzia a notícia com as informações já presentes, já quando era apenas o acontecimento, iniciava o processo de apuração, pesquisas sobre o tema, entrevistas com os personagens necessários para compor a matéria e redação da notícia e, se necessário, realizava a captação de imagens.

No APÊNDICE A foram especificadas as matérias redigidas para o site, no período de 02 de julho de 2023 a 02 de janeiro de 2024, que totalizou 13 notícias, nelas, conforme mostra a tabela, as funções exercidas foram de redator, produtor e fotógrafo. Geralmente, a maioria das matérias eram factuais<sup>10</sup>, como divulgação de resultados, de eventos e prazos finais para inscrições, logo a produção e envio para edição era feita no mesmo dia. Caso não conseguisse entregar, não tinha pressão ou reclamações, podia ser finalizada no dia seguinte. Se tratando de reportagens mais longas, não tinha um deadline<sup>11</sup>, era conforme a produção fosse sendo desenvolvida paralela a outras atividades, a exemplo da que foi publicada no dia 10/07/2023, que levou em média uma semana para ser finalizada.

Já tratando-se das *reportagens* para a **Rádio Educativa Fm Campina**, especificadas no APÊNDICE B, elas eram direcionadas para o programa *Rede Educação*, que vai ao ar todas as sextas-feiras, a partir das 18h e com reprise aos sábados, às 08h, ele aborda apenas sobre a educação pública e é dividido em quatro blocos, um dos blocos é o do Instituto Federal da Paraíba (IFPB), que é justamente onde as produções são exibidas, os outros três blocos são apresentados por parceiros, que são a Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), a Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e a Secretaria de Educação de Campina Grande (SEDUC).

Ao longo do período de seis meses, foram produzidas 9 reportagens de diversos temas, que eram definidos pelo coordenador e os estagiários também podiam dar sugestões de pautas. Como eram dois estagiários atuando, a produção era intercalada, cada um produzia uma semana, ou seja, era de 15 em 15 dias na

<sup>10</sup> Uma matéria factual é quando retrata acontecimentos recentes, é também conhecida no jornalismo como uma informação quente, que deve ser publicada o mais rápido possível.

<sup>11</sup> O deadline trata-se do tempo final que o material deve ser entregue para ser publicado.

maioria das vezes, já aconteceu de ter que produzir duas semanas seguidas, conforme mostra a planilha. Quanto à execução, após a pauta definida, era realizada a apuração, entrevistas com fontes e escrita do texto off. Na sequência, era encaminhado para a aprovação do supervisor, logo após era feita a gravação no nosso próprio celular e enviado, juntamente com as sonoras, para a montagem e edição do conteúdo final.

Além das reportagens, era produzido diariamente o boletim de notícias *Jornalismo no ar*, que possui duas edições ao vivo, a 1º às 10h e a 2º às 15h30, de segunda-feira a sexta-feira. A produção desse material, se dava da seguinte forma: era realizada uma ronda pelos principais portais e agências de notícias, sites da prefeitura, do governo e de órgãos públicos, eram selecionadas as matérias de interesse social. Após isso, eram redigidas notas com as informações relevantes presentes. Quanto a apresentação, não tinha uma pessoa fixa, era feita a seleção no dia, na maioria das vezes, o estagiário que apresentava. Ainda na rádio, os estagiários aprenderam como operar a mesa de som e montar o esqueleto de um programa no programa Playlist Digital.

Além das atividades especificadas anteriormente, também eram confeccionadas artes para as redes sociais, tanto da rádio, quanto do IFPB, foi inviável a quantificação, pois foram muitas. Para a montagem era utilizado o aplicativo Canva e o setor disponibilizou um notebook para uso.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao finalizar o estágio curricular supervisionado obrigatório, é possível compreender o quão importante é adquirir aprendizado no campo teórico para poder executá-los na prática profissional. Mesmo com poucas habilidades inicialmente, tendo apenas a base teórica, a experiência e a vivência diária na área torna o processo mais fácil e amadurece as técnicas, fazendo com que um verdadeiro profissional se forme e, continue adquirindo novos aprendizados, levando-os ao longo da trajetória profissional.

A princípio, um estagiário inicia o seu processo receoso e inseguro, devido a falta de experiência. Durante o processo algumas dificuldades surgem, como, por exemplo, os formatos de textos para cada veículo e a forma de comunicação são distintas, porém, com a prática diária é possível diferenciar, compreender e executar da maneira correta.

Como citado ao longo do trabalho, no estágio do Instituto Federal da Paraíba diversas atividades foram executadas, como apresentação de boletins, produção de artes gráficas, captação de imagens, produção de reportagens, dentre outras, tais atividades mostram a necessidade de um profissional da comunicação ser multitarefa nos tempo atuais, visto que o jornalismo mudou. Diante de um estágio, ter todas essas experiências nos prepara para o que é exigido de fato, atualmente, no mercado de trabalho, apesar de gerar um alerta quanto à sobrecarga de trabalho e ao acúmulo de funções, principalmente, quando se pensa em iniciativas privadas.

Outro ponto de destaque de uma trajetória de estágio em jornalismo, diz respeito à necessidade de se desdobrar para ter um entendimento prévio de temas de diversas áreas em pouco espaço tempo, pois no âmbito educacional são realizadas coberturas de eventos com temáticas totalmente distintas, além de evidenciar também ações de projetos de pesquisa e de extensão. Logo, é primordial na escrita fazer uma contextualização da temática a ser abordada, permitindo que o leitor ou ouvinte entenda, ainda mais se tratando de rádio, que atinge várias classes

sociais, então, a linguagem tem que ser fácil e entendível. Isso mostra a complexidade da produção de um material, pois vai além da técnica, é necessário o conhecimento mínimo do que vai escrever.

O estágio também auxilia na relação interpessoal, permitindo a criação de vínculos com novos profissionais da área, que futuramente podem agregar na carreira profissional, seja com fontes ou indicações para o mercado de trabalho.

Ao finalizar o processo de estágio e se debruçar diante da presente pesquisa, adentrando no campo teórico baseado na visão de autores e pesquisadores, é possível compreender e refletir como os avanços tecnológicos vêm alterando tanto a forma de comunicar, quanto o consumo de conteúdo por parte do público. Mesmo diante das mudanças, a comunicação continua sendo o pilar principal e mais importante independente do âmbito. Outro aspecto que este trabalho deixou evidente, é o papel fundamental de um estudante de jornalismo no campo do estágio, visto que esta vivência contribuirá significativamente em sua formação enquanto um futuro jornalista.

## REFERÊNCIAS

ALMANSA, Ana. **Assessorias de Comunicação**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2010.

BRASIL. Lei nº 11.788, de 25 de setembro de 2008. Da definição, classificação e relações de estágio. **Congresso Nacional**, 25 set. 2008.

BRASIL. Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997. Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais. **Congresso Nacional**, 1997.

BRASIL. Portaria Interministerial nº 651, de 15 de abril de 1999. Estabelece critérios para outorgas de concessões, permissões e autorizações para execução dos serviços de radiodifusão sonora e de sons e imagens, com a finalidade exclusivamente educativa. **Ministério das Comunicações**, 1999.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação**. 4 ed. Brasília, 2007.

FERRARETTO, L. A. **Rádio O Veículo, a História e a Técnica**. 2.ed. Porto Alegre Sagra Luzzatto, 2001.

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

KANTA IBOPE MEDIA. **COVID- 19 Impactos no Consumo de Mídia**, São Paulo, 2020. Disponível em:  
[https://www.reporterceara.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Update09\\_04\\_Midia-e-Covid\\_Kantar\\_IBOPE\\_Media.pdf.pdf.pdf](https://www.reporterceara.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Update09_04_Midia-e-Covid_Kantar_IBOPE_Media.pdf.pdf.pdf)

KISCHINHEVSKY, M. **Convergência nas redações: Mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico.** In: RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo OnLine: Modos de fazer.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Sulina, 2009.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio social - Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas.** In.: Del Bianco, N.(org). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência.** São Paulo: INTERCOM, 2012. pp. 38-67

KUNSCH, M.M. K. **Planejamentos de relações públicas na comunicação integrada.** 4º ed. São Paulo: Summus, 2001.

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

MEDITSCH, E. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo.** Florianópolis, Editora da UFSC/Editora Insular, 2001.

MOUTINHO, A. V. SOUZA, J.P. **Assessoria de imprensa Na Europa.** In: Jorge Duarte (Org.) 2 ed. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: Teoria e técnica.** Brasília: Editora Atlas, 2003.

MUSSI, R. F.; FLORES, F. F; ALMEIDA, C.B. **Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico.** Revista Práxis Educacional, v. 17, n. 48, Vitória da Conquista, 2021.

OLIVEIRA, M. **A regulamentação das emissoras comunitárias.** Observatório da Imprensa, ed. 539, 2009. Disponível em: [https://www.observatoriodaimprensa.com.br/educacao-e-cidadania/caderno-da-cidadania/a\\_regulamentacao\\_das\\_emissoras\\_comunitarias/](https://www.observatoriodaimprensa.com.br/educacao-e-cidadania/caderno-da-cidadania/a_regulamentacao_das_emissoras_comunitarias/).

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos.** 1ª Ed. São Paulo, Summus 1985.

PRATA, N. **Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio.** In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, junho de 2007.

TELES, A.; MOURA, D. **A atuação dos jornalistas em assessorias de comunicação de órgãos públicos frente às demandas da comunicação pública.** Contribuciones a Las Ciencias Sociales, São José dos Pinhais, v.16, 2023.

ZUCULOTO, V. R. M. **A notícia no rádio pioneiro e na “época de ouro da radiofonia brasileira”.** In: CUNHA, Magda Rodrigues; HAUSSEN, Doris Fagundes. (organizadoras.) **Rádio brasileiro: episódios e personagens.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003. p. 15-34.

**APÊNDICE A – MATÉRIAS PUBLICADAS NO PORTAL DO IFPB**

<b>DATA DA PUBLICAÇÃO</b>	<b>TÍTULO DA MATÉRIA</b>	<b>FUNÇÃO EXERCIDA</b>
03/07/2023	Campus publica primeira turma de candidatos matriculados no PSCT 2023.2	Redator
10/07/2023	Grupo de pesquisa do Campus Campina Grande estuda impactos da Inteligência Artificial (IA)	Produtor/ Redator
26/07/2023	Divulgadas chamadas da lista de espera para cursos superiores e subsequentes	Redator
09/08/2023	IFPB CG é destaque na Olimpíada Paraibana de Informática 2023	Produtor/ Redator
17/08/2023	Aberto novo processo de solicitação ou reavaliação do IVS	Redator
12/09/2023	IFPB CG estimula a leitura através de feirinha de livros realizada pela FLIC	Produtor/ Redator/ Fotógrafo
15/09/2023	IFPB CG consegue feito inédito na Mostra Brasileira de Foguetes 2023	Produtor/ Redator
19/09/2023	Campus CG vai sediar Feira Agroecológica semanal	Redator
09/10/2023	Termina nesta segunda (09) prazo do evento Dialogando com Humanidades	Produtor/ Redator
17/11/2023	Inscrições abertas para membros do Conselho Diretor do IFPB CG	Redator
27/11/2023	XI Semana de Construção Civil inicia suas atividades nesta terça (28)	Redator
06/12/2023	Feira Natalina de Economia Solidária do IFPB CG acontece nesta quinta (07)”	Produtor/ Redator
11/12/2023	Conselho Diretor do IFPB CG divulga resultado final de eleição para membros	Redator

### APÊNDICE B – REPORTAGENS PRODUZIDAS PARA A RÁDIO

DATA QUE FOI AO AR	REPORTAGENS	FUNÇÃO EXERCIDA	DESCRIÇÃO
18/08/2023	Jogos dos Institutos Federais - JIFS	Produtor/ Repórter	Estudantes do IFPB CG iam competir na etapa estadual do JIFS e buscavam classificação para a edição nacional.
01/09/2023	Júri Simulado (Cotas Raciais)	Repórter	Uma professora de sociologia, do 2º ano do curso de edificações, promoveu um júri simulado com o intuito de fazer os estudantes realizarem uma análise crítica sobre as cotas raciais.
15/09/2023	Final da Olimpíada Nacional em História do Brasil	Repórter	Abordagem sobre três equipes do IFPB que foram selecionadas para a final da olimpíada e relatos sobre a experiência vivenciada em São Paulo.
29/09/2023	Feira Agroecológica 'Quartas Semeando'	Repórter	Cobertura da inauguração da feira agroecológica.
06/10/2023	Visita de representantes da república do Congo e do PEC-G	Produtor/ Repórter	Cobertura da visita de representantes do Congo, que foram conhecer a estrutura do instituto e visavam enviar alunos do Congo para estudar no campus.
20/10/2023	Evento Dialogando com Humanidades	Produtor/ Repórter	Explicação sobre o evento em si e da

			programação montada.
27/10/2023	Incubadora de Empresas (novo bloco)	Produtor/Repórter	Esclarecimento sobre o novo bloco que está sendo construído no campus, contemplando layout, medidas e investimentos.
10/11/2023	Reditec	Produtor/Repórter	O Reditec é a reunião anual dos dirigentes das instituições de educação profissional e tecnológica, nela foram selecionadas e apresentadas duas experiências exitosas do campus CG.
24/11/2023	Projeto de extensão - Jovens Rurais	Repórter	Abordagem sobre um projeto de extensão que buscava fortalecer as experiências de economia solidária e buscava a autonomia financeira de jovens rurais.

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, por toda sabedoria concedida ao longo da caminhada acadêmica.

À professora Verônica Almeida de Oliveira Lima, que foi fundamental durante a minha trajetória na UEPB, me dando a oportunidade de participar de projeto de extensão, de pesquisa e me orientou durante o estágio.

Ao jornalista Clébio Melo e ao técnico em audiovisual Alan Leonardo, que puderam contribuir de forma significativa me permitindo vivenciar a prática profissional.