



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
CAMPUS VII – PATOS - PARAÍBA**

ALAÍ ROMÃO CAVALCANTE

**RADIOJORNALISMO COMO PRÁTICA ORGANIZACIONAL
DA RÁDIO ESPINHARAS DE PATOS-PB NA ERA DIGITAL**

**Patos – PB
2024**

ALAÍIS ROMÃO CAVALCANTE

**RADIOJORNALISMO COMO PRÁTICA ORGANIZACIONAL
DA RÁDIO ESPINHARAS DE PATOS-PB NA ERA DIGITAL**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito para obtenção do Grau de Bacharela em Administração.

Área de concentração: Gestão da Comunicação

Orientadora: Prof^a. Dr^a Aretuza Candeia de Melo

**Patos – 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.

C376r Cavalcante, Alais Romao.
Radiojornalismo como prática organizacional da Rádio Espinharas de Patos-PB na era digital [manuscrito] / Alais Romao Cavalcante. - 2024.
53 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas, 2024.

"Orientação : Profa. Dra. Aretuza Candeia de Melo ,
Coordenação do Curso de Administração - CCEA. "

1. Radiojornalismo. 2. Era digital. 3. Comunicação. I. Título

21. ed. CDD 070.194

ALAÍIS ROMÃO CAVALCANTE

**RADIOJORNALISMO COMO PRÁTICA ORGANIZACIONAL
DA RÁDIO ESPINHAS DE PATOS-PB NA ERA DIGITAL**

Monografia apresentada ao Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito para obtenção do Grau de Bacharela em Administração.

Área de concentração: Gestão da Comunicação

Aprovada em 14 de junho de 2024.

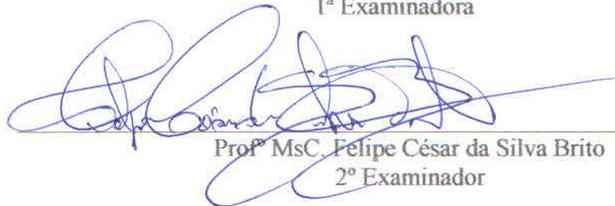
BANCA EXAMINADORA



Profª Drª Aretuza Candeia de Melo
Orientadora



Profª MsC. Marta Lúcia Nunes
1ª Examinadora



Profª MsC. Felipe César da Silva Brito
2º Examinador

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho de conclusão a minha filha Maria Alice Cavalcante de Almeida. Filha, quando você nasceu, eu renasci como mulher e como mãe. Você é, e sempre será meu maior estimo e motivo para conseguir subir cada degrau na minha VIDA.

Amo-te além do infinito!

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a *DEUS* e *NOSSA SENHORA*, por me abençoarem em cada passo da minha vida, com muita saúde, sabedoria e discernimento, além de sempre colocar pessoas boas e iluminadas no meu caminho. Ao senhor toda honra e toda glória!

Aos meus pais, *Luiz Filgueira Cavalcante* e *Adiléia Romão da Silva Cavalcante*, por todo amor, dedicação e incentivo que sempre me deram, pela confiança e apoio em todos os momentos, pelos sacrifícios feitos para que eu pudesse me dedicar aos estudos e alcançar meus objetivos.

Ao meu esposo, *João Jakiane de Almeida*, que sempre abraçou meus projetos e me acompanha em cada degrau, meu parceiro e companheiro de sempre e para sempre.

A minha filha, minha joia, meu amor maior, *Maria Alice Cavalcante de Almeida*, meu neném que estar ao meu lado dia e noite, me abraçando da forma mais simples e ingênua, você é meu combustível diário para levantar e seguir todos os planos guiados por Deus.

Ao meu irmão, *Aluizio Romão Cavalcante*, meu melhor amigo, que já escrevo com os olhos cheios de lágrimas, pois faltam palavras para descrever o quanto você é importante na minha vida, meu muito obrigada por estar sempre ao meu lado, me motivando e me apoiando em todas as dificuldades e desafios que surgiram ao longo desta jornada. Sei que posso sempre contar com você e sua família, *Tatiane Inácio* e *Yara Cavalcante Silva*.

A minha querida orientadora Prof^ª Dr^ª *Aretuza Candeia de Melo* pela orientação, paciência e dedicação em auxiliar na elaboração do meu trabalho, por me incentivar a buscar o melhor de mim e por sempre acreditar em meu potencial. Uma pessoa que considero um anjo, sorte de quem cruzar seu caminho, uma mulher, amiga, profissional e competente. Minha eterna gratidão! Que Deus te abençoe!

Ao Pe. *Jair Tomasella*, diretor comercial da Rádio Espinharas e de mais *colegas* de trabalho, meu muito obrigada pela empatia e ajuda em toda trajetória acadêmica.

Ao meu grupo de amigos e colegas "Seminários" da Universidade Estadual da Paraíba, obrigada pela parceria e a troca de aprendizagem, além das resenhas que vou levar para sempre. Estarei sempre na torcida pelo sucesso de todos.

Enfim, a todos *vocês*, minha gratidão eterna por fazerem parte da minha vida e por me ajudarem a alcançar mais uma etapa importante em minha formação acadêmica. Sei que sem o apoio de vocês, nada disso seria possível.

RESUMO

Foram abordados temas como a relevância do papel social da emissora, através de informar o público por meio da veiculação de notícias relevantes para a sociedade, utilizando estratégias de produção e entretenimento para atender às demandas do público digital. Esse trabalho teve como objetivo avaliar a relevância do radiojornalismo como prática organizacional, trazendo uma vertente da Rádio Espinharas de Patos-PB, considerando os desafios e oportunidades impostos pela era digital. Os procedimentos metodológicos adotados nesse estudo partiram do estudo do radiojornalismo sobre a mídia radiofônica e digital como uma estratégia de comunicação de uma organização de rádio, destacando a ferramenta do *facebook* de conteúdo jornalístico. O método utilizado foi o quali-descritivo, técnica exploratória, modalidade *in loco*, realizado entre março a junho de 2024, amostra única – Radio Espinharas, coleta se deu por meio da gerência, figuras geradas no *PowerPoint* 2010 e a digitalização por meio do *Word* 2010, a conclusão se deu com a finalização da análise de dados. Os resultados demonstraram que a Rádio Espinharas é uma mídia de comunicação radiofônica, que apresenta-se como uma prática e estratégia organizacional, diante da exploração do ambiente físico, no qual foi possível obter as respostas através da pesquisa. A integração das redes sociais como ferramenta de interação com os ouvintes e a importância da credibilidade e ética jornalística no ambiente *online* em meio os avanços da era *digital*. Através da entrevista do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, foi possível observar o conteúdo e dados disponibilizados pela plataforma *facebook* da referida rádio, assim como, a ferramenta digital para compreender como a emissora tem se posicionado frente às transformações tecnológicas e das políticas públicas, socioeconômicas e culturais, buscando identificar boas práticas e possíveis melhorias para fortalecer a presença da Rádio Espinharas em meio a era digital. Conclui-se aqui a importância do sistema do radiojornalismo como prática organizacional.

Palavra chave: Radiojornalismo. Organizacional. Rádio. Era digital. Estratégia. Comunicação.

ABSTRACT

Topics such as the relevance of the broadcaster's social role were addressed, through informing the public by broadcasting news relevant to society, using production and entertainment strategies to meet the demands of the digital public. This work aimed to evaluate the relevance of radio journalism as an organizational practice, bringing an aspect of Rádio Espinharas de Patos-PB, considering the fiscal challenges and opportunities of the digital era. The methodological procedures adopted in this study came from the study of radio journalism on radio and digital media as a communication strategy for a radio organization, highlighting the Facebook tool for journalistic content. The method used was qualitative, exploratory technique, on-site modality, carried out between March and June 2024, single sample – Radio Espinharas, collection took place through management, figures generated in PowerPoint 2010 and digitization through Word 2010, the conclusion came with the completion of the data analysis. The results demonstrated that Rádio Espinharas is a radio communication medium, which presents itself as an organizational practice and strategy, based on the exploration of the physical environment, in which it was possible to obtain answers through research. The integration of social networks as a tool for interacting with listeners and the importance of alternative and journalistic ethics in the online environment amid advances in the digital era. Through the interview with President Luiz Inácio Lula da Silva, it was possible to observe the content and data made available by the aforementioned radio's Facebook platform, as well as a digital tool to understand how the broadcaster has positioned itself in the face of technological transformations and public policies, socioeconomic and cultural aspects, seeking to identify good practices and possible improvements to strengthen Rádio Espinharam's presence in the digital era. This concludes the importance of the radio journalism system as an organizational practice.

Keyword: Radio journalism. Organizational. Radio. Digital age. Strategy. Communication.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 Gestão cultural <i>versus</i> radiojornalismo.....	10
2.2 Radiojornalismo na perspectiva do rádio como agente cultural organizacional.....	14
3 MATERIAL E MÉTODOS.....	18
3.1 Área de Estudo.....	18
3.2 Procedimentos Metodológicos.....	19
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	22
4.1 Estrutura organizacional, impasses e desafios da Rádio Espinharas de Patos-PB no contexto da era digital	
4.2 Entrevista do Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva concedido em 2022 à Rádio Espinharas através da plataforma digital do <i>facebook</i>	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
6 REFERÊNCIAS.....	40

ANEXOS

1 INTRODUÇÃO

O radiojornalismo é uma importante ferramenta de comunicação organizacional que tem sido impactado positivamente pela era digital. Neste contexto, a Rádio Espinharas de Patos-PB se destaca como uma referência na utilização desse meio, adaptando-se às mudanças tecnológicas e mantendo-se relevante no cenário midiático. Gomes (2011) destaca a importância do rádio como meio de comunicação organizacional, capaz de estabelecer uma relação de proximidade e confiança com o público alvo.

Nesse sentido, a relevância do tema “Radiojornalismo como prática organizacional da Rádio Espinharas de Patos-PB na era digital” se destaca ao ser exemplo como comunicação radiofônica, que se utiliza de forma estratégica com uma prática e comunicação organizacional, especialmente diante dos desafios impostos pela era digital.

Esse estudo apresenta uma abordagem problemática sobre o uso da mídia digital como um instrumento prático de comunicação organizacional no âmbito da Rádio Espinharas, que foi produzido como um trabalho acadêmico (monografia de graduação) do Curso de Administração do Campus VII do Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas (CCESA) – Patos/PB da Universidade Estadual da Paraíba. Sendo norteado pelo seguinte questionamento: de que forma o radiojornalismo se torna uma estratégia de comunicação de imprensa com desafios e impasses práticos da organizacional de uma rádio como a Espinharas de Patos-PB na era digital?

O objetivo geral foi avaliar a relevância do radiojornalismo como prática organizacional, trazendo uma vertente da Rádio Espinharas de Patos-PB, considerando os desafios e oportunidades impostos pela era digital. Com relação aos objetivos específicos os mesmos contemplam:

- Avaliar a estrutura organizacional, impasses e desafios da Rádio Espinharas no contexto da era digital
- Descrever o método utilizado de forma teórica, além de coletar os dados disponibilizados pela plataforma *facebook*;
- Ampliar a interação e o diálogo com o público ouvinte, fomentando a inovação e o uso de novas tecnologias para aprimorar a qualidade e a eficiência do jornalismo radiofônico.
- Relatar a entrevista do Ex-Presidente da república Luiz Inácio Lula da Silva e atual à Rádio Espinharas através da plataforma digital do *facebook*, concedido no ano 2022.

Aqui se justifica esse estudo a partir da internet entrar no campo como um marco na evolução da comunicação, utilizando ferramentas digitais que possibilitam explorar o alcance

da rede ótica sobre a abrangência espacial. A imprensa comunicativa e interativa tem a responsabilidade de apresentar informações verídicas e de qualidade, contribuindo para a formação de uma opinião pública consciente e bem informada. É por meio da rádio, que os cidadãos se informam sobre as questões públicas, cultural, econômico e social interagindo com os debates.

O trabalho encontra-se dividido em Introdução, três capítulos teóricos, metodologia e resultados e discussão, considerações finais e, por fim, as referências.

- O primeiro capítulo contempla a introdução, que se divide em: relevância do tema, problemática, objetivos gerais e específicos, além da justificativa.
- O segundo capítulo apresenta uma contextualização teórica sobre: 2.1 gestão cultural *versus* radiojornalismo; 2.2 Radiojornalismo na perspectiva do rádio como agente cultural organizacional.
- O terceiro capítulo descreva a área de estudo e os procedimentos metodológicos, que são uma das partes principais de um trabalho acadêmico.
- O quarto capítulo demonstra os resultados e discussão da pesquisa *in loco* realizada na Rádio Espinharas de Patos-PB, caracteriza-se como pesquisa-ação, uma vez que teve como proposta de unir o processo da pesquisa bibliográfica com a pesquisa prática na organizacional citada, tais como: 4.1 - estrutura organizacional, impasses e desafios da Rádio Espinharas de Patos-PB no contexto da era digital; 4.2 - Relato da entrevista do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva concedido em 2022 à Rádio Espinharas através da plataforma digital do *facebook*.
- O quinto capítulo envolve as considerações finais, relativo ao tema proposto, objetivos, problemática, justificativa, limitações e propostas para futuros trabalhos embasados na ferramenta de estratégia organizacional, mais especificamente evidenciando impasses e desafios da Rádio Espinharas de Patos-PB na era digital, assim como, a entrevista do até então, Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva à Rádio Espinharas por meio da plataforma digital do *facebook* no ano de 2022.
- E por fim, as referências que foram utilizadas de forma direta no decorrer dessa pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Gestão cultural *versus* radiojornalismo

A gestão cultural e o radiojornalismo são áreas que possuem algumas semelhanças, mas também diferenças significativas em termos de abordagem e objetivos. A gestão cultural diz respeito à administração de projetos, instituições e políticas culturais, com o objetivo de promover a valorização e o desenvolvimento da cultura em uma determinada comunidade ou sociedade (Rubim, 2019). Por outro lado, o radiojornalismo se refere à produção e veiculação de conteúdos jornalísticos relacionados à cultura através do meio radiofônico.

A relação entre gestão cultural e radiojornalismo é estreita, pois a gestão cultural além de desenvolver o planejamento, organização e execução de atividades culturais, inclui também a produção de conteúdos jornalísticos relacionados à cultura, já no radiojornalismo, a gestão cultural garante a produção e difusão de conteúdos jornalísticos de qualidade com o intuito de promover a cultura através dos informes à sociedade.

A gestão cultural é uma sensibilidade de compreensão, análises e respeito dos processos sociais. Capacidade de entender os processos criativos e estabelecer relações de cooperação com o mundo artístico e suas diversidades expressivas. A gestão cultural implica uma valorização dos intangíveis e assumir a gestão do opinável e subjetivo. A gestão da cultura há de encontrar os referentes próprios de sua ação adaptando-se a suas particularidades e encontrar uma forma de evidenciar, de forma muito diferente, os critérios de eficácia, eficiência e avaliação (Martinell, 2003, p.7).

O radiojornalismo é a prática profissional do jornalismo aplicada ao rádio. Radiojornais são programas que duram entre segundos e horas e divulgam notícias dos mais variados tipos, utilizando sons e locução por repórteres e apresentadores (chamados de âncoras, no jargão profissional) (Observatório da Imprensa, 2003, p. 4).

Nesse contexto, a relação entre gestão cultural x radiojornalismo envolve a definição de estratégias para a produção de programas jornalísticos que abordem temas culturais relevantes, como eventos, exposições, festivais, artistas locais, entre outros. Além disso, também inclui a promoção de parcerias com instituições culturais, artistas e produtores culturais, visando ampliar a diversidade de conteúdos e promover a valorização da cultura local e regional.

Segundo Fayard (2000), a gestão cultural no radiojornalismo envolve a articulação entre os profissionais de jornalismo, os gestores culturais e os públicos, visando garantir a produção de conteúdos relevantes e de qualidade que promovam a cultura e contribuam para o desenvolvimento cultural da sociedade. Compreende-se a partir da fala do autor que a relação entre os dois itens é essencial para promover a cultura e informar a sociedade de forma precisa e contextualizada.

No entanto, a gestão cultural + radiojornalismo é = à sociedade cultural. Através da sociedade cultural, as pessoas e os grupos definem-se, conformam-se com os valores partilhados pela sociedade e contribuem para a sociedade. Assim, a sociedade cultural inclui

muitos aspectos sociais: língua, costumes, valores, normas, costumes, regras, ferramentas, tecnologias, produtos, organizações e instituições (Figura 1).

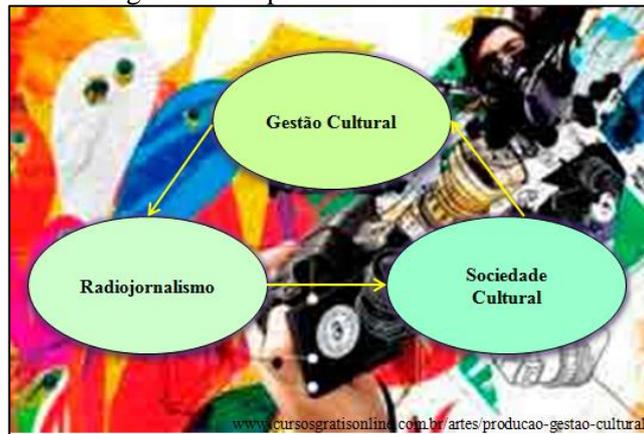
Figura 1 – Relação entre gestão cultural + radiojornalismo = a sociedade cultural



Fonte: Adaptado pela própria autora (2024).

Para Massaia (2023, p. 12), “a gestão cultural no radiojornalismo contribui para a valorização da cultura local, a preservação da identidade cultural e o estímulo à participação dos ouvintes na cena cultural da região”. A gestão cultural se preocupa com a gestão de recursos, elaboração de projetos culturais e articulação com outros setores da sociedade, o radiojornalismo foca na produção de conteúdos informativos, entrevistas e reportagens que abordam temas relacionados à cultura de forma crítica e analítica. Ambas as áreas são fundamentais para o fortalecimento e promoção da cultura em uma sociedade (Figura 2).

Figura 2 – Tripé da cultura radiofônica



Fonte: Elaborado pela própria autora, 2024.

Vale ressaltar que a gestão cultural é um sistema que consiste em técnicas voltadas para o social, econômico, político, cultural (modo de vida), religioso, entre outros. Por ser um sistema abrangente encontra-se aqui nesse ponto o radiojornalismo, um tipo de cultura conhecido mundialmente, por ser um dos meios de comunicação mais antigos, com representação nos seguintes pilares da comunicação: áudio, jornais impressos, televisivo, radiofônico e plataformas digitais (Mattelart, 2003).

Para Cotta (2008), a gestão cultural envolve o planejamento, organização, execução e avaliação de atividades culturais, visando à democratização do acesso à cultura e o fortalecimento da identidade cultural de um povo. Já o radiojornalismo cultural, conforme apontado por Figueiredo (2018) tem como objetivo primordial de informar e sensibilizar o público sobre questões culturais, promovendo a reflexão e o debate acerca de manifestações artísticas, eventos culturais e patrimônio cultural.

Com base no esquema acima, pode-se dizer que o radiojornalismo é uma das ferramentas que se enquadram na gestão cultural, tendo em vista o veículo como sendo um dos mais antigos meios de comunicação, com sua origem no século XX, um dos principais veículos de informação e entretenimento para a população. Seu surgimento foi marcante e revolucionou a forma como as pessoas se comunicavam e se informavam, permitindo a transmissão de notícias, músicas, programas educativos, culturais entre outros conteúdos (Figueiredo, 2018).

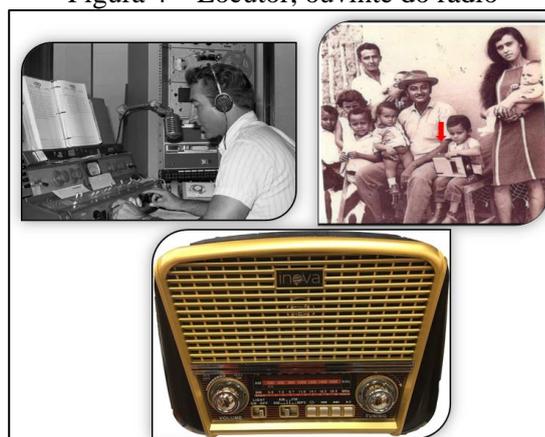
A história do radiojornalismo remonta ao início do século XX, quando as transmissões radiofônicas passaram a incluir notícias e informações de interesse público. A rádio foi capaz de levar a informação em tempo real para um grande número de pessoas, tornando-se um veículo de comunicação fundamental na disseminação de notícias até o surgimento da televisão e da internet.

A primeira transmissão radiofônica de notícias ocorreu em 1920, nos Estados Unidos, com a estação KDKA, narrando os resultados das eleições presidenciais. A partir daí o radiojornalismo se desenvolveu e se popularizou, com a criação de programas radiofônicos dedicados exclusivamente à veiculação de notícias e informações (Gunderman, 1999). Ao longo das décadas, o radiojornalismo passou por diversas transformações, incorporando novas tecnologias e linguagens, como a utilização de repórteres ao vivo, conexão via satélite e a interatividade com os ouvintes por meio de telefonemas e redes sociais.

A história desse veículo de comunicação é marcada pela sua relevância na disseminação de informações e na formação da opinião pública, sendo um dos pilares do jornalismo de qualidade e do serviço público de comunicação. A importância do rádio para a população é indiscutível, pois é um meio de comunicação acessível, que pode alcançar um grande número de pessoas em diferentes locais, incluindo áreas remotas. Assim, desempenha um papel fundamental na divulgação de informações em situações de emergência, como desastres naturais e crises humanitárias.

Giroto (2012, p. 12), diz que “o rádio é uma ferramenta de democratização da comunicação, pois possibilita a participação e interação do público, ampliando o debate e a diversidade de opiniões”. Dessa forma, o rádio contribui para a formação de uma sociedade mais informada e crítica, promovendo a inclusão e a pluralidade de vozes na comunicação. Isto implica dizer que é um meio de comunicação essencial para toda população, sendo um importante instrumento de democratização da informação e da cultura (Figura 4).

Figura 4 – Locutor, ouvinte do rádio



Fonte: Araújo, 2022.

Seu papel na sociedade é fundamental e sua relevância perdura até os dias atuais, mostrando sua importância e sua capacidade de se adaptar às novas tecnologias e demandas do público/ouvinte. O rádio, considerado por muitos como o "teatro da mente", teve sua origem

em experimentos de transmissão de sinais de rádio no final do século XIX, mas foi somente com a transmissão da primeira transmissão radiofônica em 1920, nos Estados Unidos, que o rádio se popularizou e se tornou um meio de comunicação de massa (Silva, 2020).

De fato, o rádio proporciona uma conexão íntima e imediata com os ouvintes, permitindo que informações, músicas e programas cheguem a diferentes camadas da sociedade de forma rápida e eficaz. Para Mattelart (2003), o rádio desempenha um papel crucial na formação da opinião pública e na disseminação de conhecimento, sendo um importante instrumento de educação e cultura para a população.

Sua capacidade de entreter, informar e mobilizar é fundamental para a construção de uma sociedade mais crítica e participativa, é um meio de comunicação essencial para toda população, contribuindo para a integração social, o fortalecimento da democracia e a promoção do acesso à informação. Sua importância histórica e cultural é inegável, sendo fundamental para o desenvolvimento e a diversidade da comunicação em todas as suas formas, que faz parte do radiojornalismo.

2.2 Radiojornalismo na perspectiva do rádio como agente cultural organizacional

O radiojornalismo é uma prática organizacional que envolve a produção e a veiculação de notícias e informações através do meio radiofônico. Para Gomes (2017), o radiojornalismo se destaca pela sua capacidade de informar de forma rápida e objetiva, adaptando-se às demandas do público e às mudanças do cenário midiático. Magnoni e Carvalho (2010) retratam que o radiojornalismo se caracteriza pela agilidade na apuração e na transmissão das notícias, sendo um importante instrumento de comunicação em situações de emergência e de cobertura jornalística em tempo real.

A possibilidade de atualização constante e de interação com os ouvintes através de programas de debate e participação torna o radiojornalismo uma ferramenta dinâmica e relevante na sociedade contemporânea é o rádio, funciona através da produção de conteúdo jornalístico, com o objetivo de informar e entreter os ouvintes. Os profissionais desta área realizam a apuração de notícias, a produção de reportagens, entrevistas e a apresentação de programas jornalísticos, seguindo as normas éticas e de qualidade jornalística. Delavechia (2012, p. 10) relata que:

No mundo em que o novo surge a cada instante com a velocidade crescente, faz com que pessoas olhem sempre à frente ansiosas pelas novas descobertas, tecnologias e tendências. O rádio é um meio de comunicação propagado através de ondas eletromagnéticas no espaço, que por serem de comprimentos diferentes são

classificadas em ondas curtas de alta frequência ou ondas longas de baixa, assim utilizadas para fins diversos, como televisão, rádio e avião.

Os sistemas de radiocomunicação são formados por dois componentes básicos: o transmissor e o receptor. Rádio é gente falando com gente: interagindo, propondo, refletindo o inconsciente coletivo na linguagem específica de quem ouve. É saber por que fala e as razões de quem ouvem sem perder a autenticidade e a verdade. Em geral as ondas electromagnéticas distinguem-se pela sua frequência que é inversa ao comprimento de onda. As ondas mais curtas têm frequência mais alta e um comprimento de onda mais baixo, enquanto as ondas de frequência mais baixa têm um comprimento de onda mais elevado.

A capacidade da rádio de chegar a diferentes públicos e de abordar temas locais, regionais e nacionais faz dele um importante canal de comunicação para a disseminação da informação e a promoção do acesso à cidadania. O radiojornalismo como prática organizacional desempenha um papel essencial na sociedade contemporânea, contribuindo para a construção de uma esfera pública informada e plural, e para o fortalecimento da democracia e da participação cidadã. Suas características de agilidade, proximidade e interação o tornam um meio de comunicação relevante e indispensável na atualidade.

Através das ondas do rádio, jornalistas e comunicadores conseguem levar até os ouvintes as últimas novidades sobre política, economia, educação, cultura, esportes e diversos outros temas de interesse público. Os veículos de rádios possuem uma capilaridade que alcança até mesmo as regiões mais remotas, possibilitando que notícias importantes cheguem a todas as camadas da sociedade.

O rádio é um dos meios de comunicação mais democráticos, pois é acessível a grande parte da população e permite a participação ativa dos ouvintes por meio de telefonemas, mensagens e redes sociais. Dessa forma, o radiojornalismo se torna um espaço de diálogo e interação entre os comunicadores e a audiência, promovendo a troca de informações e opiniões.

Desde o seu nascimento, no início do século XX, a radiodifusão surpreendeu e encantou o público ao fornecer notícias e entretenimento com um imediatismo nunca antes pensado ser possível (Barbeiro e Lima, 2003). A radiodifusão tem sido uma força transformadora no mundo da comunicação há mais de um século. Desde a sua criação, a rádio tem permanecido uma companheira fiel nas nossas vidas diárias à medida que continua a evoluir. Conforme o Espaço do conhecimento da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), por meio do Blog História do Rádio (2021, p. 3) relata que:

O rádio foi inventado em 1896. Mas antes disso, diversas outras descobertas foram necessárias para propagação do som por ondas radiofônicas. Em 1888, com Heinrich Hertz, que verificou a existência de variações de correntes pelo ar, sendo as ondas eletromagnéticas, principal motivo para conseguirmos transmitir voz, músicas e até mesmo fotos sem precisar de fios. O italiano Guglielmo Marconi fez o primeiro

sistema de telégrafos sem fios, sendo essa transmissão no Canal da Mancha, em 1899. Porém, ao mesmo tempo, o austríaco Nikola Tesla também utilizava o conhecimento de Hertz para tentar fazer a mesma coisa que Marconi. Inclusive, em 1943, a Corte Americana deu a Tesla o título de inventor do rádio.

Entretanto, nessa época, nada de voz era transmitido por esses princípios de rádio. Somente em 1906 que a voz apareceu, em um experimento de Lee de Forest, com uma válvula de três elementos. Isso permitiu que os volumes fossem suficientes para serem transmitidos e recebidos. E como muitas coisas no mundo, a Guerra foi uma das principais responsáveis para o rádio se desenvolver. Com a possibilidade de comunicação entre dois pontos distantes, o meio de comunicação usado nas batalhas da Primeira Guerra Mundial pelos países. Com esse uso, o rádio se tornou uma ferramenta cada vez mais aprimorada. A partir da década de 1920, as transmissões passaram a ser regulares em todo mundo, com música, conversas e até mesmo aulas. No Brasil, o rádio chegou, oficialmente, com a comemoração do centenário da Independência do Brasil.

Embora esta evolução tenha tornado a rádio mais acessível do que nunca, por vezes pode ser um pouco confuso! Estamos aqui para analisar os diferentes tipos de transmissão de rádio que existem hoje. O radiojornalismo como prática organizacional desempenha um papel crucial na divulgação de informações de interesse público, na promoção da interação entre comunicadores e ouvintes, e na formação de uma sociedade mais informada e participativa por meio da rádio.

O rádio, como agente cultural na perspectiva organizacional, desempenha um papel significativo na promoção e difusão da cultura, das artes e das manifestações culturais em geral. Através das programações especializadas, entrevistas com artistas e produtores culturais, e a divulgação de eventos e exposições, as emissoras de rádio contribuem para enriquecer o universo cultural da sociedade. Esse meio social é uma forma de mídia de massa e comunicação sonora por ondas de rádio, geralmente por meio da transmissão de música, notícias e outros tipos de programas de estações de transmissão únicas para multidões de ouvintes individuais equipados com receptores de rádio.

Lopez (2012), diz que o rádio tem a capacidade de democratizar o acesso à cultura, tornando-a mais acessível a todos os públicos, independentemente de sua classe social ou localização geográfica. As programações culturais das rádios abrem espaço para debates, reflexões e difusão de conhecimento sobre diversas expressões artísticas, estimulando o interesse e a apreciação da cultura por parte da audiência.

O rádio como agente cultural na perspectiva organizacional também pode contribuir para a preservação e valorização do patrimônio cultural de uma comunidade, através da divulgação de eventos culturais locais, resgate de tradições e memórias, e a promoção de artistas e grupos folclóricos regionais. Sobretudo, tem o potencial de fomentar a diversidade, ampliando o repertório cultural da sociedade e fortalecendo a identidade cultural de um povo. Na esfera

organizacional, o rádio possui a capacidade de promover a cultura corporativa, disseminando valores, ideais e informações relevantes para os colaboradores de uma empresa.

Conforme Canclini (1995), o rádio é um meio de comunicação de massa que tem o poder de influenciar os processos de identificação cultural e de construção de valores coletivos. Além disso, também desempenha um papel importante na promoção da diversidade cultural, dando voz a diferentes grupos sociais e permitindo a expressão de perspectivas e experiências diversas. O rádio é um meio de comunicação que pode promover o diálogo intercultural e contribuir para a compreensão e aceitação das diferenças culturais.

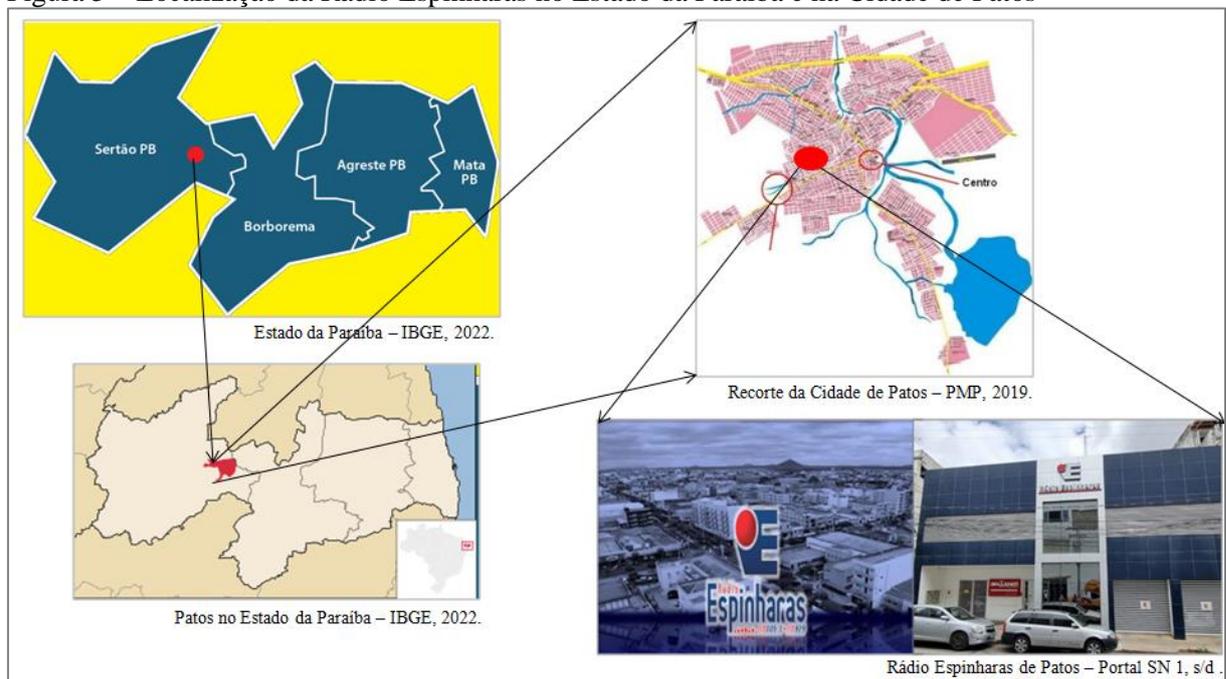
O rádio como agente cultural na perspectiva organizacional desempenha um papel relevante, promovendo a cultura corporativa e fortalecendo a identidade organizacional. Ao mesmo tempo, exerce uma influência significativa na sociedade, contribuindo para a disseminação de informações, a promoção da diversidade cultural e a construção de valores coletivos. Em síntese, o rádio desempenha um papel relevante como agente cultural na perspectiva organizacional, ao promover a difusão da cultura, democratizar o acesso à arte e patrimônio cultural, e estimular o debate e apreciação das manifestações culturais em seu contexto.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 Área de Estudo

O Município de Patos localiza-se na região central do Estado da Paraíba, geograficamente na mesorregião e na microrregião de Patos, configurando atualmente como uma região metropolitana, encravada na Depressão Sertaneja, conhecida como a Capital do Sertão e/ou Capital do Interior paraibano, que polariza os municípios do interior paraibano, além dos Estados do Pernambuco e Rio Grande do Norte (IBGE, 2021). A Rádio Espinharas de Patos encontra-se na Rua Rui Barbosa no Centro da Cidade de Patos, na qual atua há mais de 70 anos na área da radiodifusão do Sertão paraibano (Figura 5).

Figura 5 – Localização da Rádio Espinharas no Estado da Paraíba e na Cidade de Patos



Fonte: Própria autora (2024), com base no IBGE (2022), PMP (2019) e Portal SN1 (s/d).

A Rádio Espinharas nasceu sob o signo da política. Pereira Lira, chefe da Casa Civil do Presidente Dutra, pretendia ser candidato a senador em 1950 e para isso resolveu instalar três emissoras de Rádio na Paraíba. Juntamente com a empresa americana Bygton, que forneceu todo o material eletrônico, Pereira Lira instalou as rádios Arapuã (em João Pessoa), Caturité (em Campina Grande) e a Espinharas.

A Rádio Espinharas foi fundada no 1º de agosto de 1950 na Cidade de Patos. Esta rádio surgiu no emblema da política paraibana, passou em 1962 a fazer parte do Movimento de Educação de Bases, ligado à Igreja Católica, e atualmente, Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia, mantenedora da Rádio Espinharas de Patos, é presidida pelo Bispo da Diocese de

Patos. A presente rádio é uma das mais antigas e importantes da Região Nordeste, que vem resistindo às intempéries das novas tecnologias comunicacionais.

3.2 Procedimentos Metodológicos

O rádio ou sistema radiofônico apresenta-se como um importante papel na sociedade, pois esse é à base da comunicação cultural intelectual na vida das pessoas, independente de credo, gênero, sexo, educação, cor, raça ou classe social. Portanto, se diz que a mídia é meio que a próxima os povos no tempo e no espaço. A pesquisa realizada sobre o radiojornalismo como prática organizacional da Rádio Espinharda de Patos-PB sob a era digital, foi desenvolvido sobre 13 pontos, que contempla desde o método até o material da pesquisa, como pode ser observado na Figura 6.

Figura 6 – Procedimentos metodológicos da pesquisa

1	2	3	4	5
Tema	Área de Estudo	Procedimentos	Método	Técnica
Radiojornalismo como prática organizacional da Rádio Espinharda de Patos-PB sob a era digital	Rádio Espinharda de Patos-PB	Pesquisa bibliográfica Pesquisa exploratória	Qualitativo-descriptivo	Exploratória
6	7	8	9	10
Modalidade	Período de realização	Amostra	Coleta	Figuras Geradas
<i>In loco</i>	Março a junho de 2024	Universal da Rádio Espinharda de Patos	Gerência Administrativa	- Site www.radioespinhardas.com.br (2024) - Arquivo da própria autora - Entrevista com o Ex-presidente da República Inácio Lula da Silva
	11	12	13	
	Plataformas	Conclusão	Finalização	
	Microsoft Word 2010 Microsoft PowerPoint	Análise da pesquisa realizada	Redação e apresentação do Trabalho de Conclusão de Curso	

Fonte: Própria autora (2024).

Por meio da análise da prática organizacional da Rádio Espinharas, este estudo pretende identificar as estratégias utilizadas para manter a relevância e a eficácia da rádio na era digital, bem como compreender o impacto das tecnologias digitais na comunicação organizacional da emissora. Ao examinar a atuação da Rádio Espinharas como uma vertente do radiojornalismo sob a ótica da era digital espera-se contribuir para o entendimento das transformações e desafios enfrentados por esse meio de comunicação tradicional no contexto contemporâneo.

Quanto aos procedimentos metodológicos, esse trabalho trata-se de uma pesquisa de campo ou *in loco*, que teve como tema “Radiojornalismo como prática organizacional da Rádio Espinharas de Patos-PB na era digital”. A partir do tema escolhido foi ressaltado a importância da Rádio Espinharas de Patos-PB, como o meio de comunicação radiofônico mais antigo da Região do Sertão da Paraíba. O procedimento está dividido em duas partes:

- Pesquisa bibliográfica – que buscou e coleta de informações teóricas em fontes secundárias publicadas em livros, papers, periódicos, jornais, documentos entre outros, como sites (meio digital) de bases de dados bibliográficas, correlacionados com o tema desenvolvido.
- Pesquisa de campo – essa abordagem esteve relacionada a pesquisa de campo *in loco*, ou seja, conhecida como exploratória por meio da observação dos ambientes e/ou espaços. Esse tipo de é tradicionalmente utilizada em trabalhos ambientes acadêmicos, que também é conhecido com base de dados primários, no qual o pesquisador coletou os dados. Nessa parte foi destacado dois pontos importantes: 1. Estrutura organizacional, impasses e desafios da Rádio Espinharas de Patos-PB no contexto da era digital; 2. Entrevista do até então Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva concedido em 2022 à Rádio Espinharas através da plataforma digital do *facebook*.

Enfatizando o método utilizado, o quali-descritivo, é um método tradicional, que se baseia numa constelação particular, nesse caso a organização da Rádio Espinharas e prescrita de procedimentos e técnicas, que fundamentam os princípios gerais da área investigada. Esse método levou uma maior aproximação do pesquisador com o espaço pesquisado, assim como, o alcance e engajamento do público, mostrando como o impacto desse tipo de comunicação contribui na forma como as pessoas se relacionam com a informação radiofônica.

A pesquisa qualitativa é aquela que não se pode “mensurar apenas com números e dados obtidos por meio de um questionário”. “É uma pesquisa focada em entender aspectos mais subjetivos, como comportamentos, ideias, pontos de vista, entre outros” (Paulilo, 1999, p. 8).

Para Gil (2010, p.26), a pesquisa descritiva tem como objetivo “descrever as características de determinada população ou fenômeno”.

A pesquisa quali-descritiva desse trabalho, a linha de discussão foi o radiojornalismo como prática organizacional, levando em consideração a entrevista concedida pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva na Rádio Espinharas de Patos-PB, através do veículo e plataforma *facebook*, descrevendo os dados coletados pelo perfil da emissora, como: números de telespectadores ao vivo, região, países, faixa etária e gênero. Tendo em vista o fenômeno da entrevista como objeto influenciador na corrida eleitoral de Lula.

A técnica usada foi a exploratória, que contemplou a investigação e a descrição dos dados coletados. Essa técnica foi dimensionada por uma ação do olhar, que como útil, simplificado e vivenciado pelo pesquisador. Essa técnica foi adotada nessa pesquisa pela abordagem de investigar questões que não foram previamente estudadas em profundidade por outros pesquisadores. A mesma encontra-se associada ao método qualitativo, aqui descrito como de natureza simplificada, já que não houve a utilização de questionário e ou entrevista semiestrutura, havendo uma flexível no estudo.

Quando a modalidade foi em campo, também conhecida como *in loco*. Essa pesquisa na Rádio Espinharas de Patos-PB envolveu a estrutura física, como a organização estrutural do local específico, no qual foi possível coletar as informações relacionadas ao tema relacionado, sendo realizada entre os meses de março a junho de 2024, com uma amostra universal apenas da Rádio Espinharas, emissora da Cidade de Patos-PB.

Com relação à coleta de dados, a mesma foi atribuída a Gerência Administrativa sob o comando de Alaís Romão Cavalcante, pesquisadora do trabalho desenvolvido. As figuras foram elaboradas por meio do *PowerPoint* 2010, no qual foi possível gerar as informações para a redação final por meio das imagens da autora, Site www.radioespinharas.com.br, 2024 e da entrevista com o até então, Ex-Presidente e atual da república brasileira – Luiz Inácio Lula da Silva, por meio da plataforma do *facebook* da Rádio Espinharas.

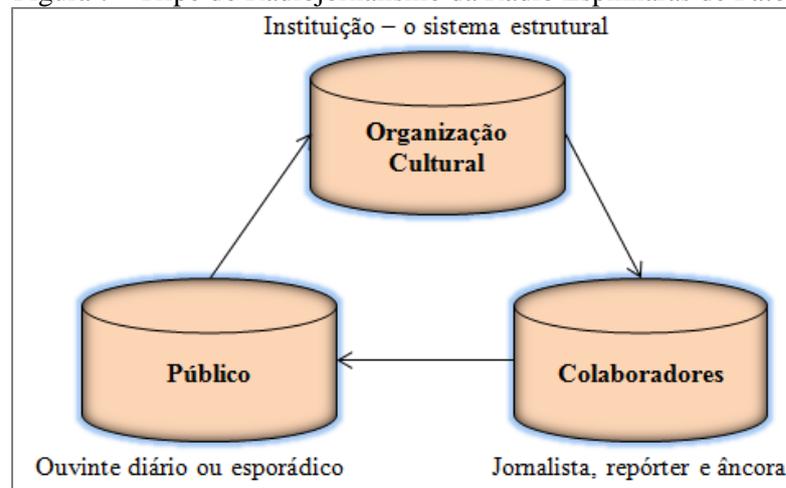
A finalização da pesquisa se deu por meio da análise dos dados encontrados, bem como, da redação final como ponto primordial para o fechamento da pesquisa realizada, *buscou* seguir todas de planejamento estratégico que se encontra determinado pelas Normas da ABNT para a realização de um trabalho acadêmico. Considerando a importância do radiojornalismo como prática organizacional, no alcance do contexto regional, bem como a vertente na área digital.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Estrutura organizacional, impasses e desafios da Rádio Espinharas de Patos-PB no contexto da era digital

A estrutura organizacional da Rádio Espinharas de Patos vem acompanhando as mudanças no ambiente radiofônico integrado pela gestão cultural em direção à era digital, que tem demonstrado um impacto significativo, em meio ao radiojornalismo que integra a organização (a instituição, que refere-se ao sistema estrutural), os colaboradores (jornalista, repórter, âncora entre outros) e o público (ouvinte), que contempla o tripé da conjuntura cultural (Figura 7).

Figura 7 - Tripé do Radiojornalismo da Rádio Espinharas de Patos



Fonte: Própria autora, 2024.

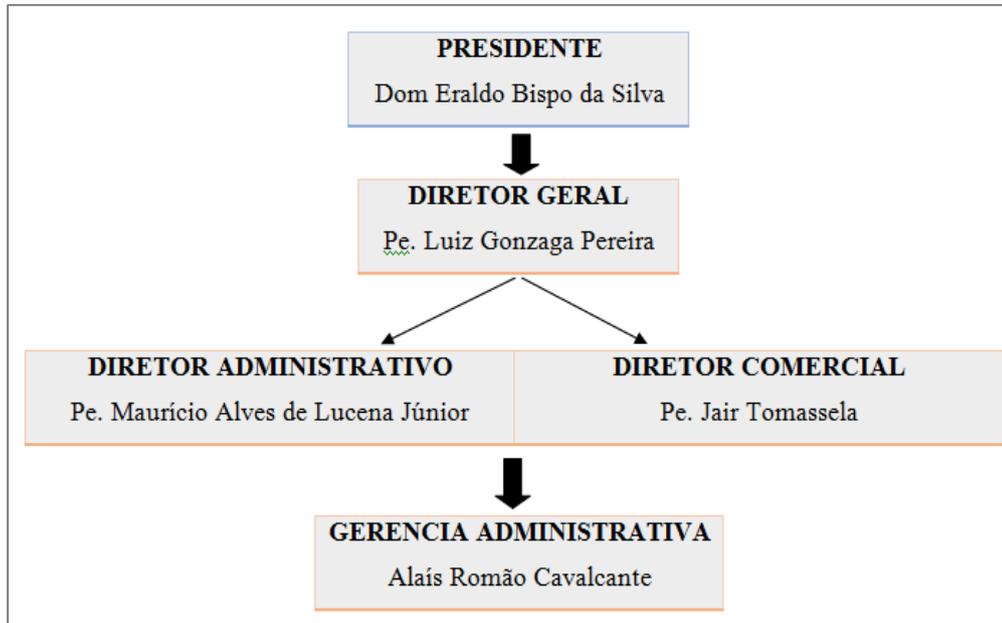
Para operar de forma eficiente a Rádio Espinharas de Patos, enquanto uma das organizações mais antigas da cidade, adotou no decorrer das décadas novos padrões de funcionamento buscando acompanhar o sistema do radiojornalismo imposto no Brasil, essa levou a adequação inovadoras inerentes à era digital, com equipamentos ligados a ferramentas de fibra ótica, ou seja, de comunicação tecnológica por meio das plataformas computacionais.

A transformação digital vem sendo um importante segmento adotado na emissora devido à sua necessidade de se manter num sistema comunicativo de grande alcance na região do Sertão paraibano, do Rio Grande do Norte e Pernambuco. Passando a ter um grande significado local e regional diante do seu público ouvinte, que vem experimentando experiências estruturais bem significativas na era digital. A organização conta com um processo hierárquico, através da Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia.

A Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia, cujo nome fantasia é Rádio Espinharas, emissora pertence à Diocese de Patos, tem como Presidente - Dom Eraldo Bispo da Silva, Diretor Geral - Padre Luiz Gonzaga Pereira, Diretor Administrativo - Padre Maurício Alves de

Lucena Júnior, Diretor Comercial - Padre Jair Tomassela e Gerência Administrativa - Aláís Romão Cavalcante (Figura 8).

Figura 8 – Estrutura organizacional da Rádio Espinharas de Patos-PB



Fonte: Própria autora, 2024.

A Rádio Espinharas encontra-se organizada por meio de um processo estrutural que contempla a fachada, entrada, recepção, gerência, ambiente interno, auditório, redação, sala de reunião, museu do rádio, estúdio de gravação e o Estúdio da FM 93.9, como demonstra as Figuras 9 e 10. O cenário da radiodifusão da referida rádio, é uma grande referência como meio de comunicação de massa. Essa apresenta uma estrutura da rede de radiodifusão na Cidade de Patos, com sua configuração organizacional embasada numa estrutura evolutiva, projetada para atingir um público de grande alcance.

Essa unidade de comunicação respalda-se em uma emissora que é produto da Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia, que se encontra constantemente engajada em ações de instrumentalização democrática da informação e da cultura, como uma produtora e reprodutora de jornalismo cultural, mas também político e social. A ampla gama de suas atividades inclui atendimento aos mais diversos públicos, planejamento de programas, produção, edição, apresentação e transmissão de programas, pesquisas, além de muitas outras atividades desenvolvidas.

Figura 9 – Estrutura organizacional I da Rádio Espinharas de Patos



Fonte: Própria autora, 2024.

Figura 10 – Estrutura organizacional II da Rádio Espinharas de Patos



Fonte: Própria autora, 2024.

A Rádio Espinharas trabalha com segmento na área de comunicação, emissora consolidada em todo Estado paraibano abrangendo o Município de Patos e as cidades circunvizinhas dos Estados do Rio Grande do Norte e Pernambuco. A mesma possui uma potência de 5kw e há décadas vem fazendo um trabalho cultural, educativo e pastoral através das ondas do rádio. Possui um perfil eclético e um público alvo adulto na faixa etária de 30 +, iniciou os trabalhos pelas ondas do rádio AM, é pioneira no Sertão e a segunda no estado, ficando atrás apenas da Rádio Tabajara AM da Paraíba que se localiza em João Pessoa. Conta com 11 colaboradores e 40 parceiros transitando diariamente na emissora, isso de forma direta e indiretamente, referindo-se também aos prestadores de serviço (Própria autora, 2024).

Com o passar dos anos a rádio foi alavancando fronteiras e expandido seu trabalho através da criação do site www.radioespinharas.com.br (Figura 11), que consta a logo marca e o site oficial da empresa, e assim, começou a atingir o público antenado nas redes, com isso, os projetos não pararam, avançou nas redes sociais, passou por uma grande reforma estrutural e no ano de 2019, mais precisamente no dia 17 de fevereiro às 5h, migrou da Amplitude Modulada (AM) 1400Khz para Frequência Modulada (FM) 97.9Mhz (Própria autora, 2024).

Figura 11 – Logomarca e site oficial da Rádio Espinharas de Patos



Fonte: Site www.radioespinharas.com.br, 2024.

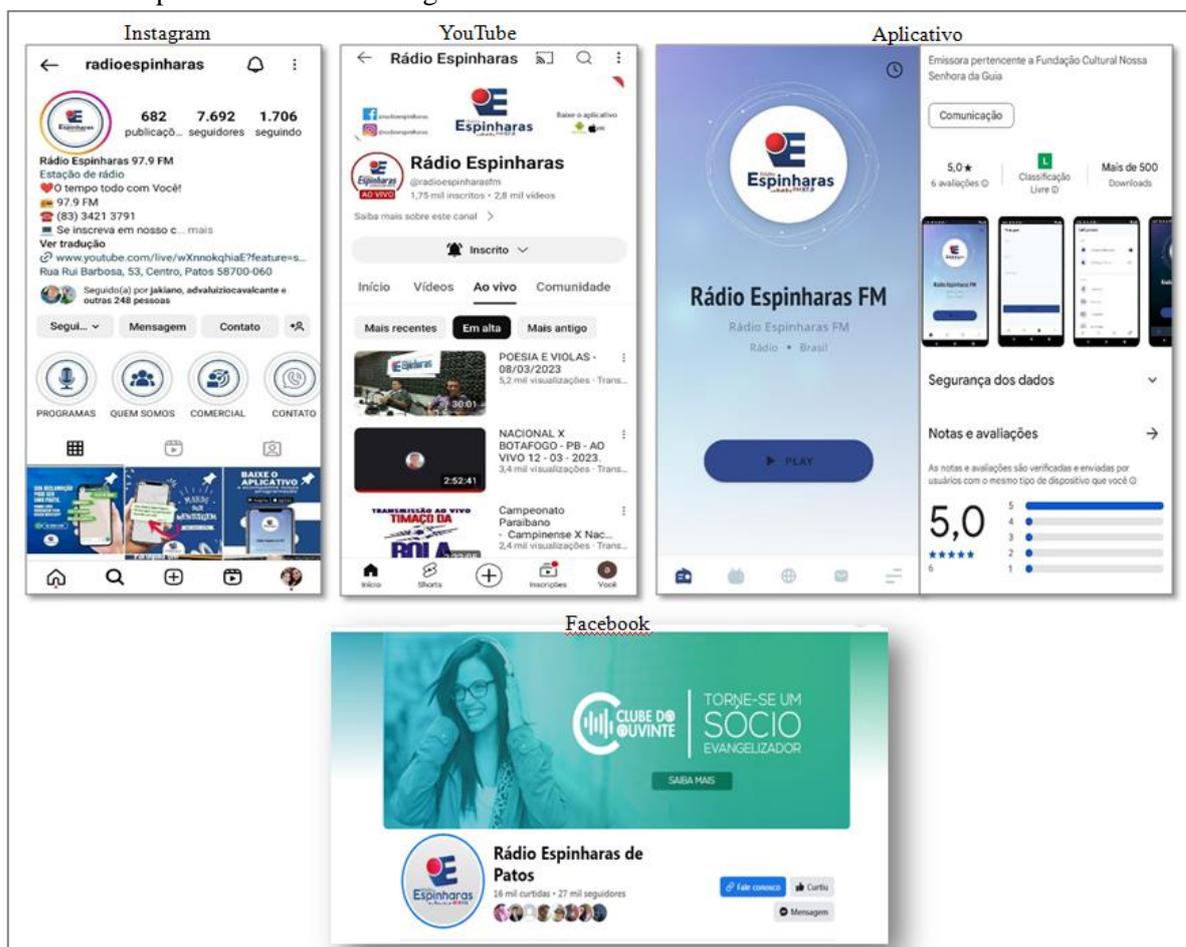
A Rádio Espinharas de Patos é um veículo de comunicação que apesar de todo avanço tecnológico conseguiu permanecer no decorrer dos imperativos das inovações e inovações tecnológicas se mantendo nos imperativos ativos, desde um tempo mais arcaico até o momento das evoluções do rádio na era digital se mantém totalmente na sua área de comunicação, como uma emissora de origem religiosa – a qual pertence à Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia.

A influência da Rádio Espinharas encontra-se em “quase” todas as novas mídias – jornalismo, entrevista, programa cultural, informativo, músicas, repentes entre outros. A rádio vem se superando na era digital avaliando-se, assim, por um meio que vem sobrevivendo de

forma simplória se comparada com as grandes rádios do Brasil, aos desafios de uma nova era tecnológica, mas que vem ampliando a sua estrutura organizacional ao seu alcance.

Depois desse marco organizacional, a emissora vem passando por diversas transformações com o intuito de acompanhar a era digital, então, os programas radiofônicos não só podem ser escutados pela frequência radiofônica, mas também por aplicativos e redes sociais da emissora. Todos os programas veiculados na Rádio Espinharas, também são transmitidos pelo *instagram*, *youtube*, *facebook*, além dos aplicativos via *streaming*¹ (Figura 12), que são conteúdos são por imagens digitais como áudios, vídeos e outros.

Figura 12 – Meios de transmissão da Rádio Espinharas de Patos pelo *instagram*, *youtube*, *facebook*, e aplicativos via streaming



Fonte: Site www.radioespinharas.com.br, 2024.

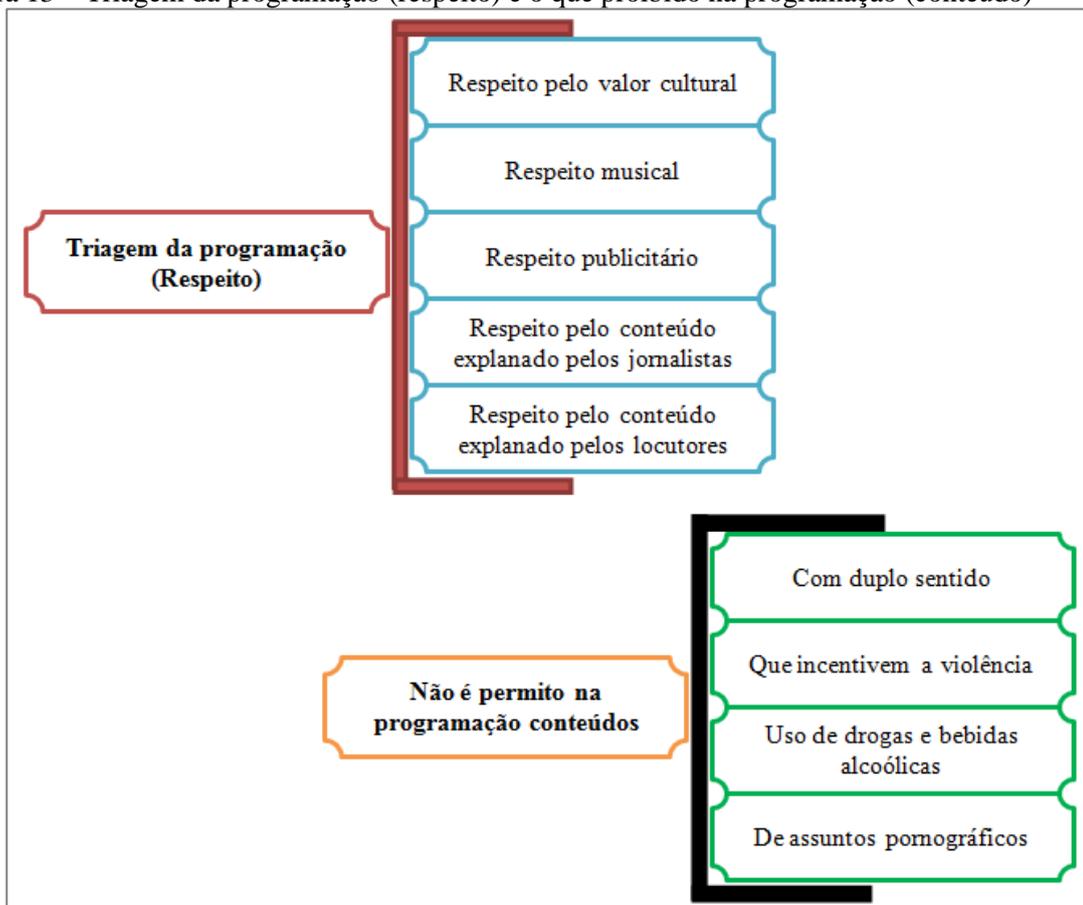
As redes sociais permitem a interação entre pessoas e o compartilhamento de informações e ideias em escala global. Castells (2007, p. 35), diz que "as redes sociais são formas de organização em que as pessoas agem em autonomia, em relação com outras pessoas, para

¹ O *streaming* é o que nos possibilita transmitir e acessar conteúdos pela internet em qualquer dispositivo com conexão e em tempo real sem a necessidade de download (Bocard, 2021, p1).

realizar objetivos coletivos através do compartimento de informações". Vale ressaltar que, essas multiplataformas de transmissão, também se tornaram ferramentas importantes para a divulgação de negócios, produtos e serviços. Conforme afirma Lopez (2017, p. 25), "as redes sociais tornaram-se um canal importante de comunicação com os clientes, permitindo a divulgação de informações, a fidelização e o fortalecimento das marcas".

Como a Rádio Espinharas possui valores culturais, a empresa passa por desafios quanto a triagem feita na programação, no que diz respeito ao potencial musical e publicitário, assim como, o conteúdo explanado pelos jornalistas e locutores nos programas transmitidos. Referente às músicas e propagandas nem sempre é possível acompanhar os lançamentos, pois tudo veiculado na programação precisa passar por uma triagem, no qual não é permitido veicular conteúdos com duplo sentido, que venham incentivar violência, uso e consumo de drogas, bebidas alcoólicas e assuntos pornográficos (Figura 13).

Figura 13 – Triagem da programação (respeito) e o que proibido na programação (conteúdo)



Fonte: Própria autora, 2024.

Com relação ao conteúdo jornalístico, não é permitido denegrir a imagem de pessoas, sejam elas, figuras públicas ou não. O veículo preza pelo respeito, priorizando sempre ouvir as partes citadas em uma reportagem ou denúncia. Tendo em vista a necessidade de acompanhar

a era digital, a emissora esbarra na questão financeira, pois o fato de não manter alianças políticas, a única forma de se sustentar no mercado é através de vendas publicitárias no comércio, locação de horários, além de projetos que agregam o fomento econômico da emissora, tais como: o clube do ouvinte e aluguel de espaços físicos que a organização possui nas instalações do prédio em que funciona.

Através desses meios de comunicação a Rádio Espinharas consegue angariar fundos para compra de equipamentos modernos e tecnológicos, para que desta forma, possa seguir o desenvolvimento acelerado desses meios. Ao entrar nesse mundo digital, o veículo em estudo é ciente dos riscos e desafios que as redes sociais podem apresentar, como a privacidade, a segurança dos dados pessoais e a disseminação de *fakenews*. Essa rede de comunicação ganhou espaço no meio virtual que passou e passa aproximar pessoas, interagem e compartilham informações, ideias e opiniões em escala local e regional, através desse veículo que transmite suas mensagens para um público vasto e engajado.

A utilização desse meio de comunicação na Cidade de Patos permite que empreendedores divulguem seus negócios e autoridades políticas desenvolvam estratégias de comunicação específicas por meio das plataformas administradas pela Rádio Espinharas, como citado anteriormente, a rádio física, bem como, *instagram*, *youtube*, *facebook*, além dos aplicativos via *streaming*, levando em consideração características e comportamentos dos usuários, que integram ou não os meios digitais. Além disso, nas redes sociais, o público pode interagir e participar ativamente da campanha ou ação publicitária, aumentando a eficácia da estratégia e gerando engajamento.

Assim, é fundamental que essas redes sejam utilizadas de forma consciente e responsável, visando sempre o bem coletivo e o fortalecimento da sociedade. Castells (2007) ressalta em seu livro “A era da informação: economia, sociedade e cultura”, fala sobre a importância da utilização das redes sociais nos tempos atuais, no qual respalda a necessidade de haver um desenvolvimento orientado, colaborativo e participativo, com a finalidade de alimentar a sociedade para um mundo mais justo e equitativo quanto às novas tecnologias.

No tópico 4.3 deste trabalho relata-se a importância do meio digital, a fim de aproximar o público as esferas de comunicação nos moldes das redes virtuais e/ou sociais. Nesse ponto foi destacada uma entrevista realizada com o Presidente atual – Luiz Inácio Lula da Silva concedido em 2022 à Rádio Espinhara de Patos por meio da plataforma digital do *facebook*. O propósito desse relato foi demonstrar a eficiência em tempo real da incorporação da rádio na era digital, estreitando os espaços e as distâncias existentes no meio físico.

4.2 Entrevista do até então, Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva concedida em 2022 à Rádio Espinharas através da plataforma digital do *facebook*

Nos últimos anos, a rádio tem sido cada vez mais ignorada devido à popularidade das redes sociais e outras formas de mídia eletrônica, mesmo assim, esse meio continua sendo uma força influente na sociedade. A Rádio Espinharas, consiste em um veículo que faz parte da história do sertão paraibano, conhecida como a escola de profissionais do rádio, além de carregar um quesito importante como credibilidade.

A mesma é pioneira no sertão, com uma bagagem de registros históricos para a cidade de Patos e cidades circunvizinhas, onde sempre priorizou a qualidade do áudio e conteúdos cuja base de toda interação é formada por uma boa equipe preparada para se relacionar com os ouvintes/internautas. O atual cenário político traz espaço para discutir a democracia de forma consciente, expondo a utilização das novas ferramentas tecnológicas de comunicação na formação e propagação do pensamento crítico.

As redes de relacionamento online tornaram-se um espelho digital do homem real, assim como, a utilização desses meios ganhou força na construção da imagem dos candidatos facilitando de forma positiva e negativa o trabalho dos assessores e profissionais de *marketing*. Tendo em vista a utilização dessas ferramentas em campanhas eleitorais, este artigo aborda um ponto importante referente à entrevista concedida pelo até então, Ex Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a Rádio Espinharas na Cidade de Patos do Estado da Paraíba, realizada no ano de 2022, período no qual iniciou a corrida presidencial contra o seu adversário, na época, o Presidente Jair Bolsonaro.

Com isso, a entrevista foi transmitida pelas ondas do rádio e difundida pelo *Facebook* da emissora e plataformas de áudio. Vale ressaltar que foi nesse mesmo ano (2022), que o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), intensificou as plenárias por todo País e correu atrás de alianças internacionais com viagens no intuito de angariar votos e alianças partidárias que pudessem contribuir com a retomada no âmbito político (Figura 14).

Figura 14 – Entrevista concedida por Luiz Inácio Lula da Silva a Rádio Espinharas de Patos em 2022 através do *facebook* (visualização no anexo)



Fonte: Site do facebook da Rádio Espinharas de Patos - www.radioespinharas.com.br, 2022.

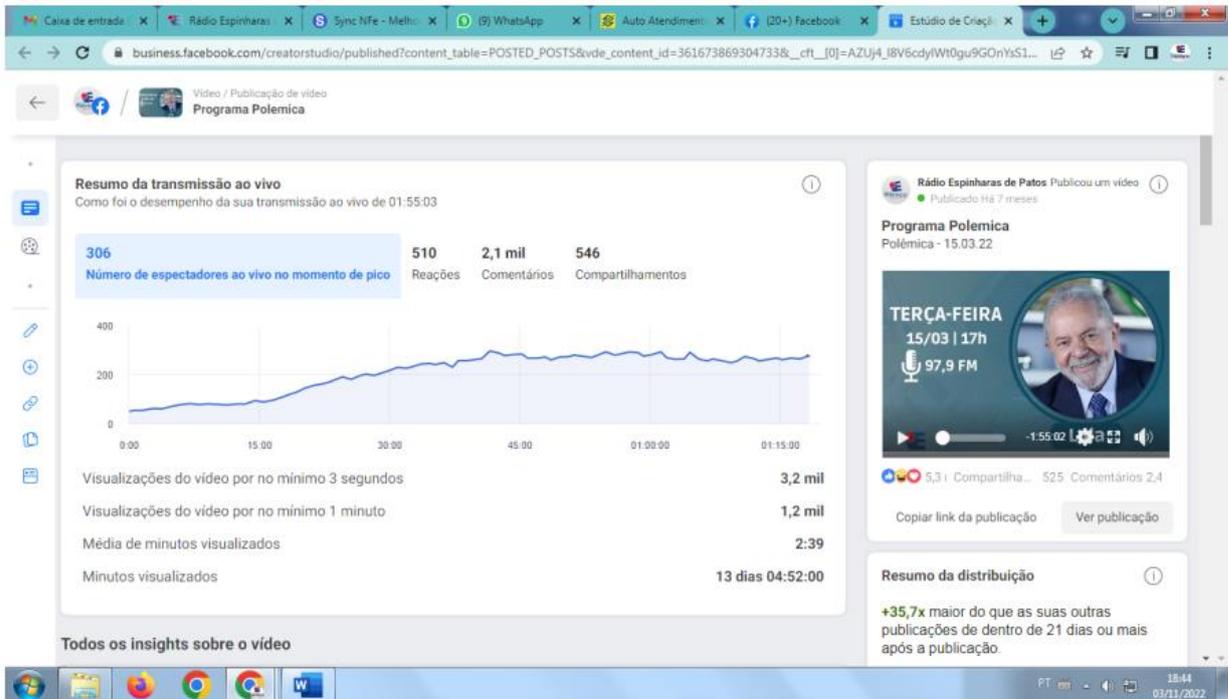
Quanto seu alcance, a entrevista transmitida pela Rádio Espinharas de Patos, na frequência modulada 97.9Mhz, abrangeu um raio que alcançou o Cariri, Sertão e Alto Sertão Paraibano, além de cidades circunvizinhas do Rio Grande do Norte e Pernambuco, a entrevista também foi radiada pela plataforma *facebook* com cerca de 29 mil seguidores, canal do *youtuber* do presidente com 1,32mil inscritos, aplicativos de áudio, além das seguintes emissoras que entraram em cadeia com a Rádio Espinharas: Rádio Líder FM (Souza-PB), Rádio Interativa FM (Capibaribe-PE), Rádio Brasil Sat. (Souza-PB), Rádio Difusora (Cajazeiras- PB), Rádio Princesa Isabel (Princesa Isabel-PB), Rádio Teixeira FM (Teixeira-PB), Rádio Santa Rita FM (Santa Cruz-RN), Rádio Comunitária Insubmissa (Natal-RN) e TV Roda de conversa (João Pessoa-PB).

A entrevista concedida á Rádio Espinharas e transmitida pela página do *facebook*. Essa foi assertiva na corrida eleitoral, levando em consideração a potência, história e propagação que a emissora possui no sertão paraibano, além da importância que os veículos de comunicação têm na sociedade atual, uma vez que são responsáveis por levar informações e notícias a diferentes públicos. O *facebook* como uma das maiores redes sociais do mundo desempenha um papel fundamental na disseminação de conteúdo e na conexão entre pessoas.

Em primeiro lugar, é importante ressaltar a ampla audiência que esse meio de comunicação proporciona. Com mais de 2,8 bilhões de usuários ativos mensalmente, segundo dados coletados pela internet *World Stats*, a plataforma se torna uma ferramenta poderosa para

alcançar um grande número de pessoas em tempo real. Através da transmissão da entrevista de Lula, foi possível atingir um público amplo e diversificado, ultrapassando barreiras geográficas e socioeconômicas. Na Figura 15 encontra-se o resumo da entrevista.

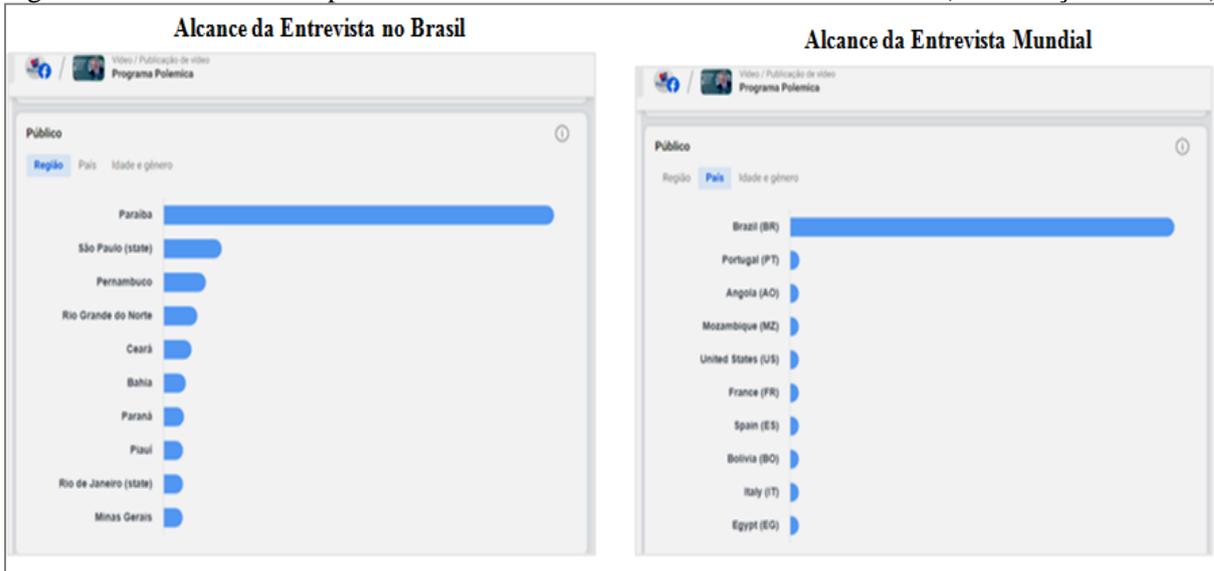
Figura 15 - Resumo da entrevista (visualização no anexo)



Fonte: Site do facebook da Rádio Espinharas de Patos - www.radioespinharas.com.br, 2022.

A entrevista realizada pela Rádio Espinharas de Patos pelo até então, Ex Presidente da República Brasileira Luiz Inácio Lula da Silva, foi concedida através da plataforma virtual do *facebook*, no qual houve um alcance geográfico de 10 estados brasileiros, do total de 26, tais como: Paraíba, São Paulo, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará, Bahia, Paraná, Rio de Janeiro, Piauí e Minas Gerais. E com relação ao alcance entre países estiveram presentes 10, os quais assistiram a entrevista: Brasil, Portugal, Angola, Moçambique, Estados Unidos, França, Espanha, Bolívia, Itália e Egito, seguindo a ordem decrescente (Figura 16).

Figura 16 - Área de alcance por estados brasileiros e mundialmente da entrevista (visualização no anexo)

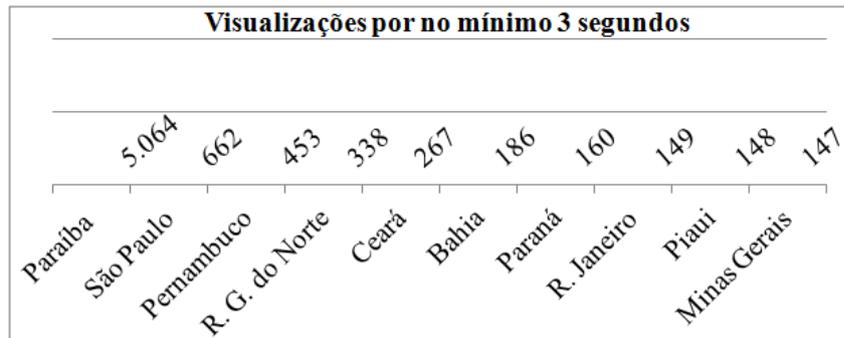


Fonte: Site do facebook da Rádio Espinharas de Patos - www.radioespinharas.com.br, 2022.

As populações brasileira e mundial estão adeptas às redes sociais. Portanto, com o avanço dos sistemas tecnológicos da fibra ótica por meio do sistema de redes vem ocorrendo de forma simultânea a inclinação por informações de comunicação cultural, ou seja, de radiojornalismo cada vez mais forte. Nesse caso, encontra-se a Rádio Espinharas de Patos, que permeia sua radiodifusão através de programas veiculados e transmitidos pelo *instagram*, *youtube*, *facebook*. A entrevista realizada no ano de 2022, com o até então, Ex. Presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva aconteceu pela rádio física na frequência 97.9Mhz e transmitida pela plataforma do *facebook*.

Os avanços tecnológicos das últimas décadas passarão a revolucionar todos os campos do conhecimento da internet como formas comunicativas, facilitando tanto a comunicação local, regional e global, graças a interação digital, ou seja, das redes sociais. O estado atual do desenvolvimento dos sistemas nunca esteve tão conectado como nos tempos atuais, havendo assim, uma tendência natural a reportar-se uns aos outros e a construir redes sociais entre si. Isso possibilitou a realização da entrevista com Lula, na qual houve uma abrangência significativa de um público presente em 10 estados brasileiros. Essa foi permeada por uma avaliação com uma média mínima de 3 segundos. Assim descritas: o Estado da Paraíba teve 5.064 visualizações a cada 3 segundos, seguidos pelos demais estados como segue no Gráfico 1.

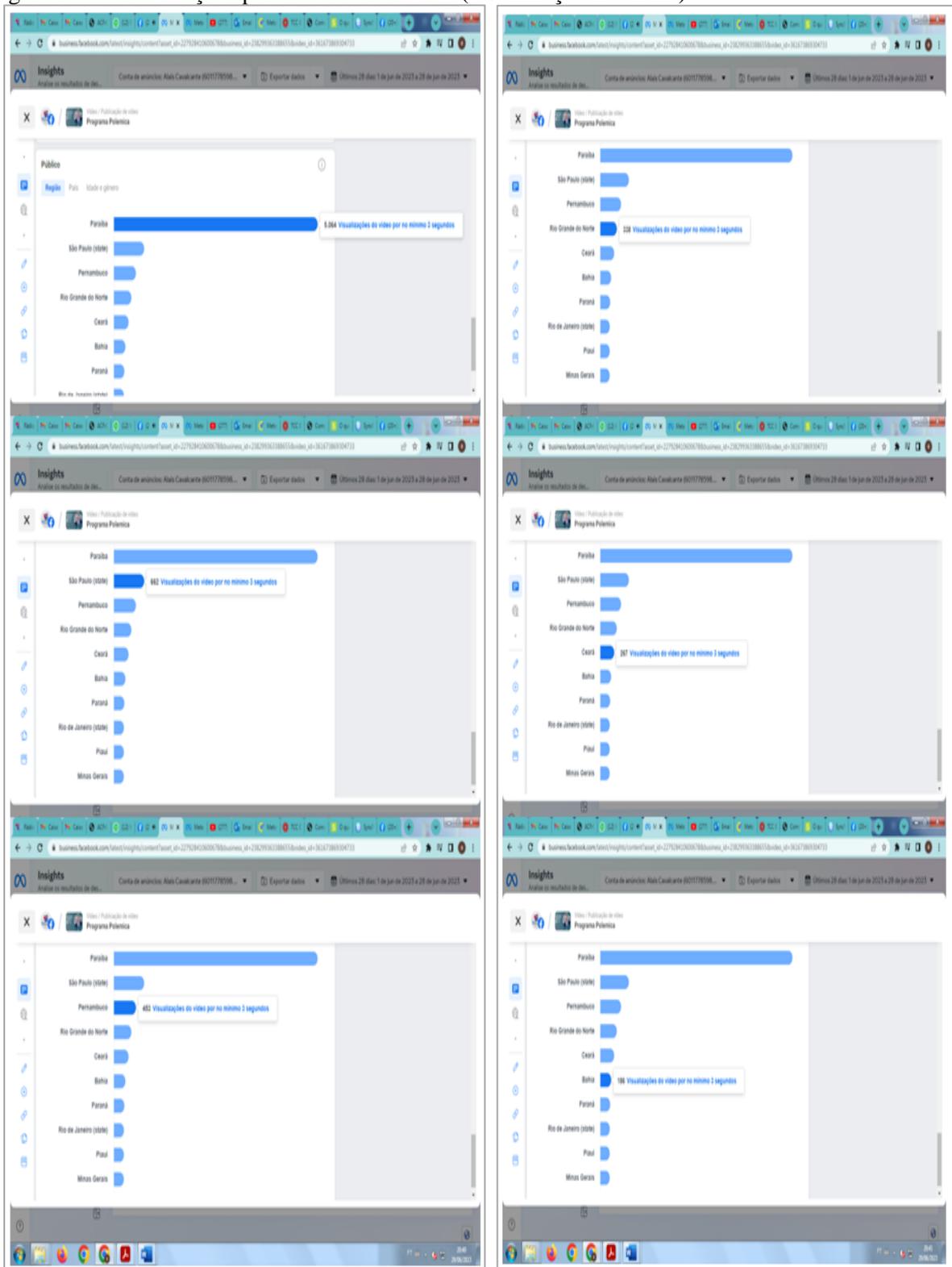
Gráfico 1 - Visualizações da entrevista por meio do *facebook* - por no mínimo 3 segundos pelos estados brasileiros (visualização no anexo)

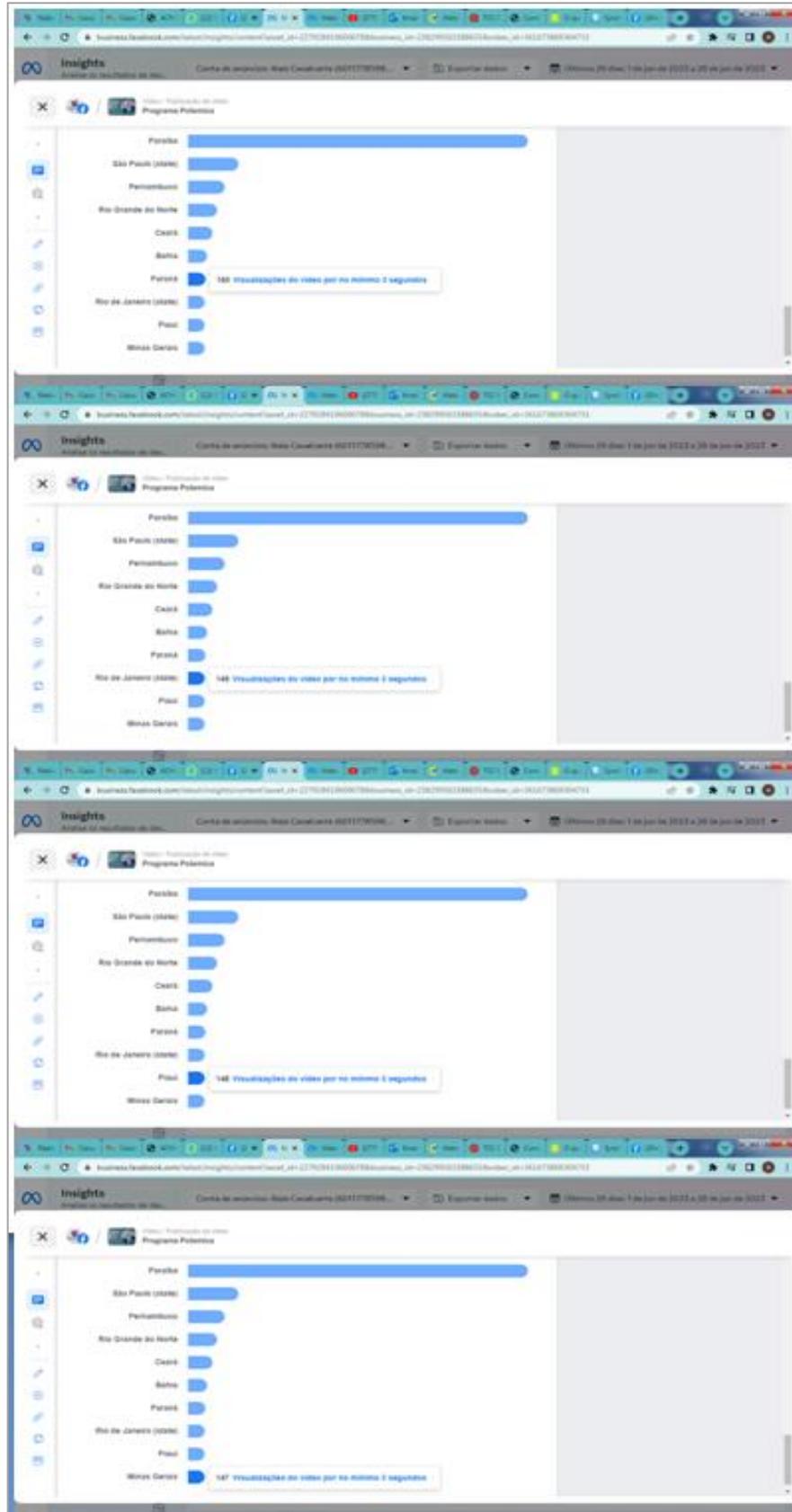


Fonte: Elaborado pela própria autora, baseado com informações da plataforma do facebook - www.radioespinharas.com.br, 2022.

Essa difusão comunicativa geográfica, ou seja, essas informações da entrevista de Luiz Inácio Lula da Silva, se deu devido ao desenvolvimento da tecnologia por meio de redes, que podem ser entendidas como um conjunto de conexões entre a Rádio Espinharas de Patos, o Brasil e de alguns países mundiais, que estiveram engajados público, pessoas, radialistas, jornalistas, ferramentas tecnológicas, objetos diversos, bits de internet, entre outros. As visualizações da plataforma oficial do facebook da Rádio Espinharas de Patos - www.facebook.com/radioespinharas, 2022, da entrevista de Lula para a rádio por no mínimo 3 segundos sobre a esfera do território brasileiro pode ser visto através da Figura 17.

Figura 17 – Visualizações por estados brasileiros (visualização no anexo)



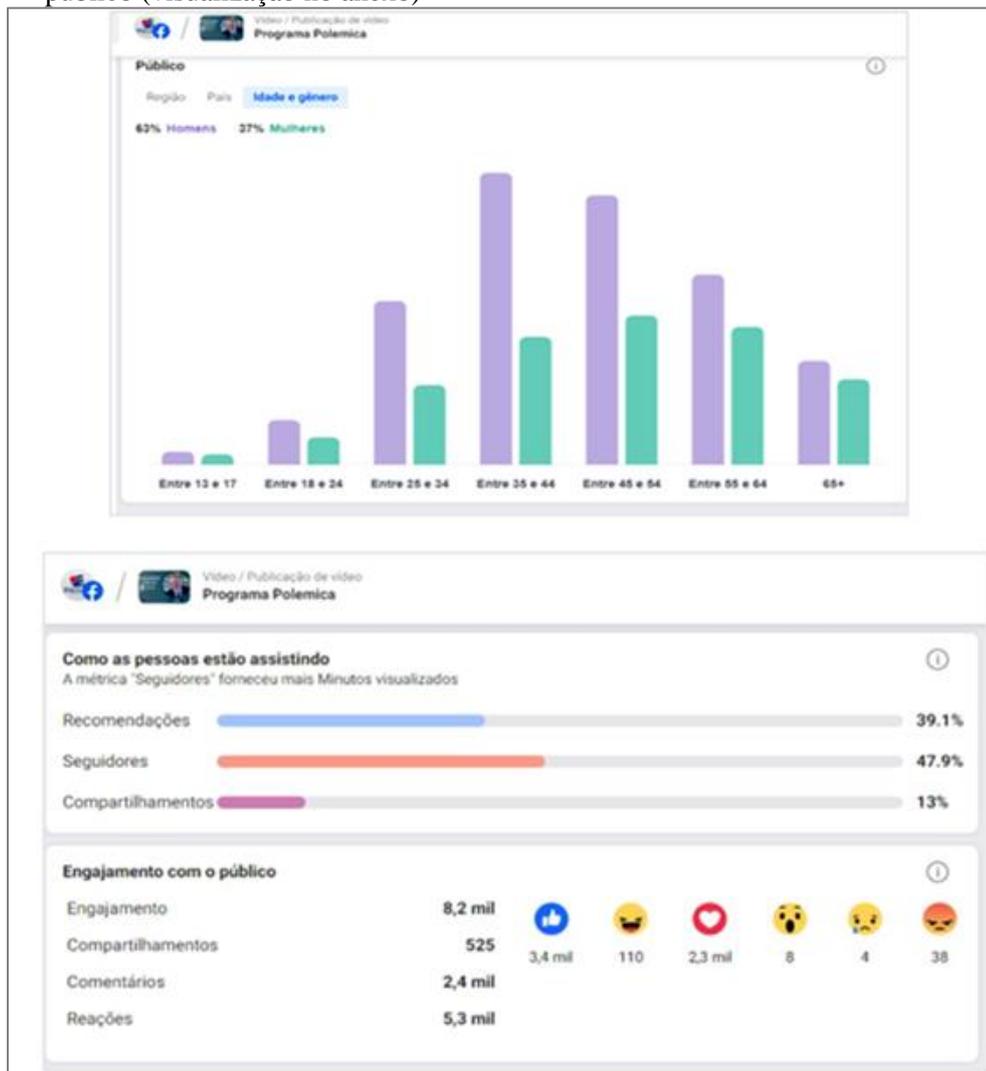


Fonte: Site do facebook da Rádio Espinharas de Patos - www.radioespinharas.com.br, 2022.

O facebook permitiu a interação entre os espectadores, possibilitando a troca de opiniões e o engajamento com o conteúdo. Lévy (1999) destaca a importância da participação ativa e da

coautoria na construção e compartilhamento da informação. Segundo o autor, as redes sociais digitais são instrumentos de poder para amplificar a opinião pública e tornar visíveis, de maneira rápida, pontos de vista minoritários ou marginalizados. Aqui é possível observar através das figuras o registro da entrevista em termos da idade e gênero, como as pessoas assistiram a entrevista e o engajamento do público por meio da rede social de comunicação jornalística da entrevista com Luiz Inácio Lula da Silva (Figura 16).

Figura 16 – Perfil do ouvinte quanto à idade e gênero, como as pessoas assistiram e o engajamento do público (visualização no anexo)



Fonte: Site do facebook da Rádio Espinharas de Patos - www.radioespinharas.com.br, 2022.

A entrevista de Lula também foi importante para o contexto político, pois possibilitou ao então, ex-presidente, uma plataforma para se comunicar diretamente com a população sertaneja e expuser suas ideias e propostas. Com a entrevista transmitida pela rede social da Rádio Espinharas, Lula teve a oportunidade de dialogar com seus apoiadores, divulgar suas opiniões e fortalecer sua imagem pública.

O respaldo dos veículos de comunicação é fundamental para a disseminação de ideias, opiniões e conhecimentos, tornando-se um instrumento para o desenvolvimento social e político. É importante ressaltar que a importância dessa ferramenta digital como plataforma para divulgação de informações também traz consigo desafios, ou seja, as características das plataformas de comunicação influenciam na forma como as mensagens são percebidas pelo público. Isso implica estar atento não apenas ao conteúdo, mas também ao contexto em que ele é transmitido (Martinell, 2003).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dessa pesquisa, foi possível avaliar o papel do radiojornalismo como prática organizacional, em especial a entrevista concedida pelo até então, Ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva à Rádio Espinharas de Patos-PB no ano de 2022. O estudo evidenciou a importância da interação entre a mídia radiofônica nos contextos sociais, culturais, econômicos, e em especial, os agentes políticos como forma de estabelecer um diálogo com a sociedade e tornar a informação acessível ao público ouvinte.

Ficou claro que a participação do ex-presidente em uma rádio local teve o intuito de aproximar o governo federal das demandas e realidades regionais, demonstrando a relevância do rádio como ferramenta de comunicação e sua capacidade de alcançar diferentes públicos de forma eficaz e de espaços longínquos.

Além disso, essa pesquisa evidenciou a importância da preparação técnica e editorial dos profissionais de rádio jornalismo, que devem garantir a imparcialidade e qualidade das informações veiculadas. Consta-se que os objetivos realçados foram alcançados, bem como, a problemática e justifica com base na relevância do tema proposto.

Diante disso, conclui-se que o rádio jornalismo desempenha um papel fundamental na disseminação da informação e na construção da democracia, possibilitando o debate de ideias e a formação de opinião pública, ou seja, dos cidadãos. O uso da ferramenta do *facebook* na emissora citada, como plataforma de transmissão foi de extrema importância, especialmente considerando o alcance e a popularidade da mesma como meio da era digital. Nesse sentido, é importante reconhecer o impacto positivo dessa iniciativa da Rádio Espinharas no acesso à informação e no fortalecimento da voz de grupos marginalizados.

Como qualquer trabalho acadêmico, este apresentou limitações tais como: não haver estudos anteriores como embasamento prático; a falta de um engajamento maior por parte das esferas públicas e privadas em investir na primeira rádio mais antiga da Cidade de Patos e a segunda do Estado da Paraíba; ausência cultural do público-ouvinte mais jovem; bem como, o incentivo ao sistema radiofônico nos tempos atuais, estando esse público mais voltado para as plataformas dirimidas da internet - *instagram*, *youtube*, *facebook*, respaldando-se que esta é uma emissora produto da Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia.

Propõem-se aqui direcionamentos para futuros trabalhos. A expansão de uma literatura acadêmica voltada para a área da Administração Cultural e de Comunicação; saber que o sistema do radiojornalismo pode ser uma estratégia organizacional de amenizar ou mitigar problemas cotidianos da sociedade; acreditar que a Rádio Espinhas deve ser vista como

emissora satisfatória, mediante a mesma estar inserida no contexto da era digital, demonstra a importância de um tema importante a ser pesquisado pelos acadêmicos de Administração.

Bem como, conceder esse meio de comunicação como esfera positiva a favor da rádio pesquisada em in loco. E que haja um maior engajamento por parte dos setores políticos, públicos, privados, comerciais e de serviços como patrocinadores da rádio, custeando sua produção, já que a mesma depende da Fundação Cultural Nossa Senhora da Guia.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, W. **Dia do ouvinte de rádio é comemorado hoje**. 2022. Disponível em: <https://edwilsonaraujo.com/2022/09/21/dia-do-ouvinte-de-radio-e-comemorado-hoje/>. Acesso em: 08/05/2024.
- BARBEIRO, H.; LIMA, P. **Manual de radiojornalismo: produção, ética e internet**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- BÁRTOLO, D. **A sociedade cultural**. Jornal Terra e Mar. São Paulo, 2022.
- BOCARD, T. **O que é streaming e como funciona?** Disponível em: [https://usemobile.com.br/streamings/#:~:text=O%20streaming%](https://usemobile.com.br/streamings/#:~:text=O%20streaming%20). Acesso em: 01/06/2024.
- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- COTTA, A. G. Correspondência pessoal como fonte histórica e musicológica. **Cadernos Do Colóquio**. 8(1). Disponível em: <https://seer.unirio.br/coloquio/article/view/132>. Acesso em: 01/04/2024.
- DELAVECHIA, J. G. S. O rádio como agente cultural e educativo. **Monografia de Especialização**. Curso de Especialização em Mídias na Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação. Cacequi-RS: UFRS, 2012.
- FAYARD, P. **O jogo da interação: informação e comunicação em estratégia**. Caxias do Sul: Edus, 2000.
- FIGUEIREDO, G. G. *et al.* **Reinvenções do rádio: tecnologia, educação e participação -**, São Paulo: Alexa Cultural:, 2018.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIROTO, C. R. M. *et al.* **As tecnologias nas práticas pedagógicas inclusivas**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012.
- GOMES, A. L. **O radiojornalismo em tempos de internet**. Natal, RN: EDUFRN, 2017.
- GOMES, C. **Revolução Industrial**. 2018. Disponível em: <http://www.infoescola.com/historia/revolucao-industrial-amp>>. Acesso em: 05/06/2024.
- GUNDERMAN, R. **Artes liberais e filantropia**. Índia: Universidade de Indiana, 1999.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **@Cidade Patos-PB**. IBGE-RJ, 2022.
- LÉVY, P. **Cibercultura**. 2 ed. São Pauli: Editora 34, 1999.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio *all news* brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** Covilhã: Ebooks, 2012.

MARTINELL, A. **Gestão cultural e processos de profissionalização.** Espanha/Brasil, 2003.

MASSAIA, N. D. E. O rádio local enquanto meio de preservação cultural: produção do documentário “no ar: frequências da memória”. **Monografia de Graduação.** Curso de Comunicação Social – Produção Editorial. Centro de Ciências Sociais e Humanas Departamento da Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria-RS: UPSM, 2023.

MAGNONI, D.; CARVALHO, J. M. **O novo rádio: cenários da radiodifusão na era digital.** São Paulo: SENAC, 2010.

MATTELART, M. **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Loyola, 2003.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Introdução ao radiojornalismo. Edição 227 - Por Igarciá, 3 de junho de 2003. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/introducao-ao-radiojornalismo/>. Acesso em: 07/05/2024.

PAULILO, M. A. S. A Pesquisa Qualitativa e a história de vida. **Serviço Social em Revista.** Volume 2; Número 1; Jul/Dez 1999. Edição eletrônica. Disponível: <http://www.uel.br/revistas/ssrevista/>. Acesso: 06/06/2024.

/P/ORTALIDEA. **Radiojornalismo.** Disponível em: <https://portalidea.com.br/curso-gratuito-radiojornalismo/>. Acesso em: 07/05/2024.

PORTALSN1. **Rádio Espinharas de Patos/PB.** Disponível em: <https://www.portalsn1.com/destaque/radio-espinharas-de-patos/>. Acesso em: 11/05/2023.

PMP. Prefeitura Municipal de Patos na Paraíba. **Sede da Cidade de Patos.** PMP, 2019.

RUBIM, A. A. C. **Gestão cultural.** Salvador: EDUFBA, 2019.

SITE ONLINE. **Produção e gestão cultural.** 2022. Disponível em: <https://www.cursosgratisonline.com.br/artes/producao-gestao-cultural>. Acesso em: 07/05/2024.

SITE ONLINE. **Curso de gestão cultural.** Disponível em: https://www.gest%C3%A3o+cultural&sca_esv= Acesso em: 07/05/2024.

SITE ONLINE. Rádio Espinharas de Patos na Paraíba. Disponível em: www.radioespinharas.com.br. Acesso em: 20/05/2024.

SILVA, C. I. L. A história da cultura popular em Ginzburg e Thompson: uma análise das obras o queijo e os vermes e costumes em comum. **Horizontes Históricos**, 2(1). Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/HORIZONTES/article/view/15209>. Acesso em: 04/04/2024.

UFMG. Espaço do conhecimento. **Blog história da rádio.** UFMG, 2021. Disponível em: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/historia-do-radio/>. Acesso em: 10/05/2023.

ANEXOS

Caixa de entrada | Rádio Espinharas | Sync NFe - Melhor | (9) WhatsApp | Auto Atendimento | (20+) Facebook | Estúdio de Criação

business.facebook.com/creatorstudio/published?content_table=POSTED_POSTS&vde_content_id=361673869304733&_cft__[0]=AZUj4_I8V6cdyIWt0gu9GOnYsS1...

Vídeo / Publicação de vídeo
Programa Polemica

Resumo da transmissão ao vivo

Como foi o desempenho da sua transmissão ao vivo de 01:55:03

306 Número de espectadores ao vivo no momento de pico	510 Reações	2,1 mil Comentários	546 Compartilhamentos
---	-----------------------	-------------------------------	---------------------------------

Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos	3,2 mil
Visualizações do vídeo por no mínimo 1 minuto	1,2 mil
Média de minutos visualizados	2:39
Minutos visualizados	13 dias 04:52:00

Todos os insights sobre o vídeo

Rádio Espinharas de Patos Publicou um vídeo
Publicado Há 7 meses

Programa Polemica

Polémica - 15.03.22

5,3 | Compartilha... 525 Comentários 2,4

Copiar link da publicação Ver publicação

Resumo da distribuição

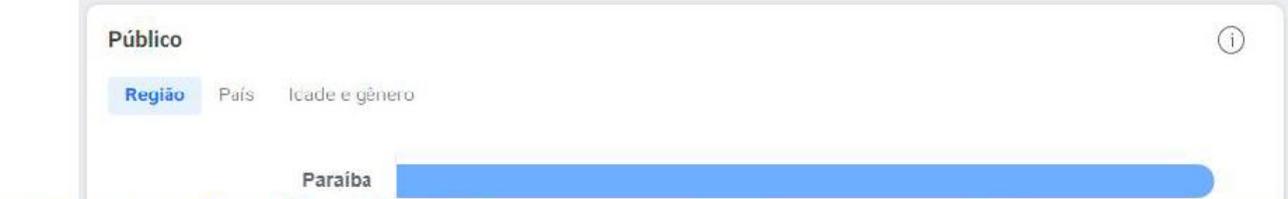
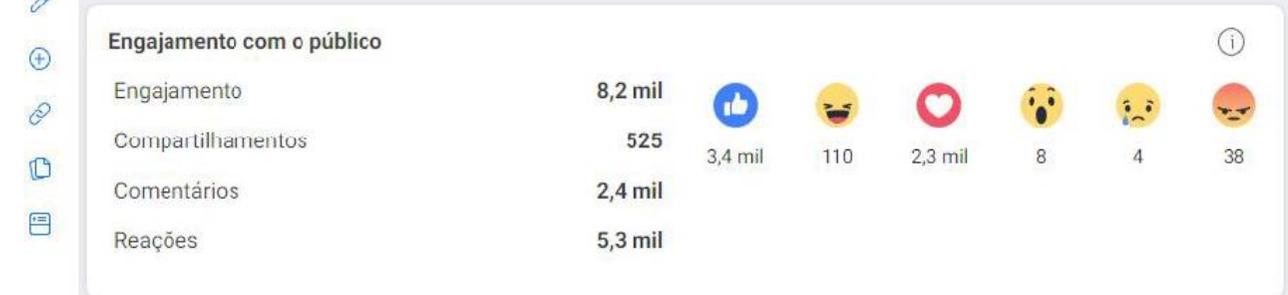
+35,7x maior do que as suas outras publicações de dentro de 21 dias ou mais após a publicação.

18:44
03/11/2022

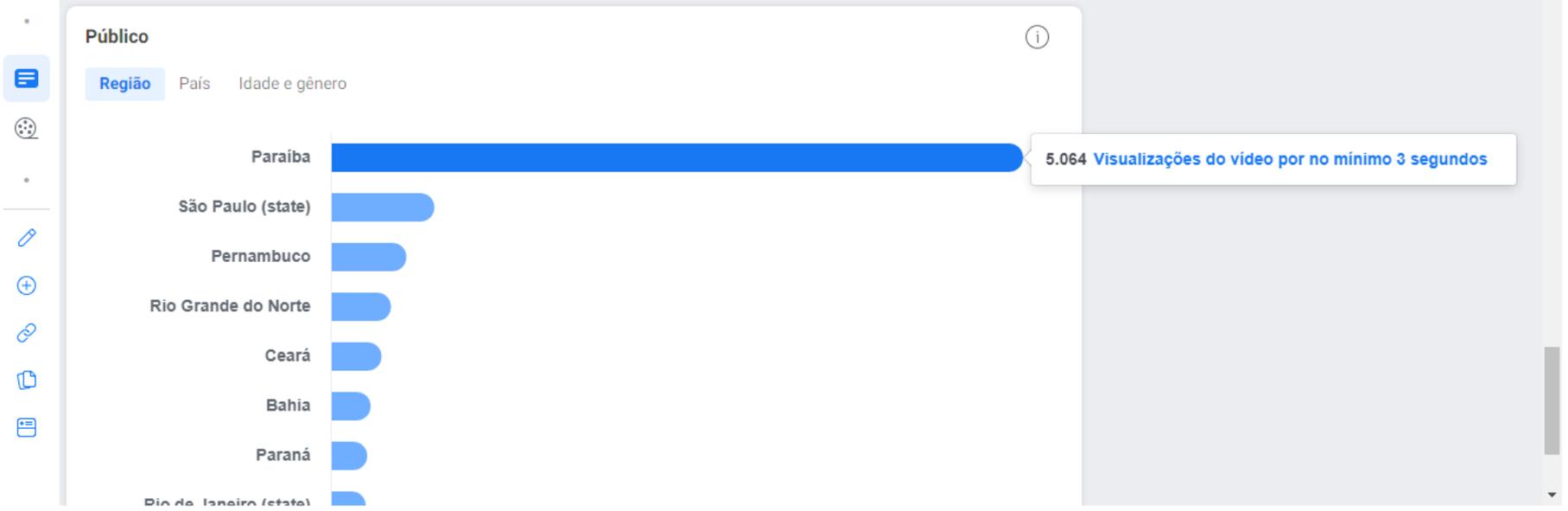


Programa Polemica **8,4 mil**
Rádio Espinharas de Patos • Há 7 ...

Veja os principais insights sobre publicação



Vídeo / Publicação de vídeo Programa Polemica



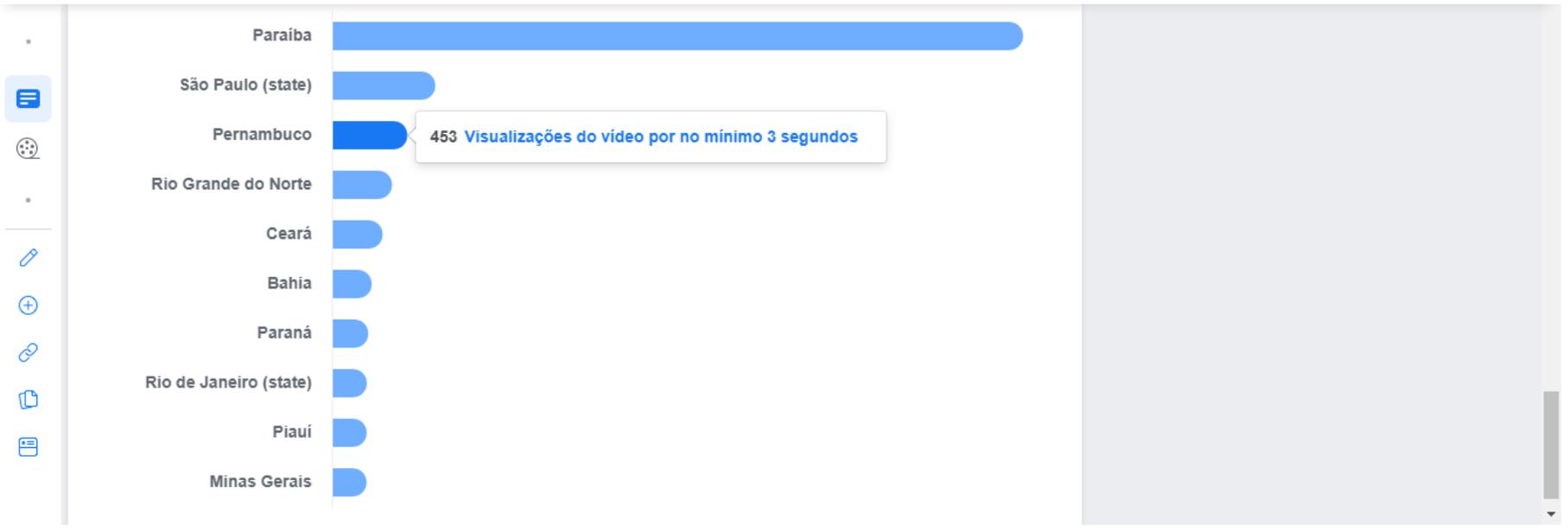
The screenshot shows the Facebook Insights interface for a video post. The browser's address bar displays the URL: `business.facebook.com/latest/insights/content?asset_id=227928410600678&business_id=238299363388655&video_id=361673869304733`. The page title is "Insights" with the subtitle "Análise os resultados de des...". The account name is "Conta de anúncios: Alais Cavalcante (6011778598...)" and the date range is "Últimos 28 dias: 1 de jun de 2023 a 28 de jun de 2023".

The video being analyzed is titled "Programa Polemica" and is categorized as "Vídeo / Publicação de vídeo". The insights are displayed as a horizontal bar chart showing the number of views per state. A tooltip for São Paulo (state) indicates "662 Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos".

Estado	Visualizações (aproximadas)
Paraíba	~1000
São Paulo (state)	662
Pernambuco	~300
Rio Grande do Norte	~200
Ceará	~150
Bahia	~100
Paraná	~100
Rio de Janeiro (state)	~100
Piauí	~100
Minas Gerais	~100

The Windows taskbar at the bottom shows the system clock at 20:40 on 29/06/2023, along with icons for various applications like File Explorer, Firefox, Chrome, and Word.

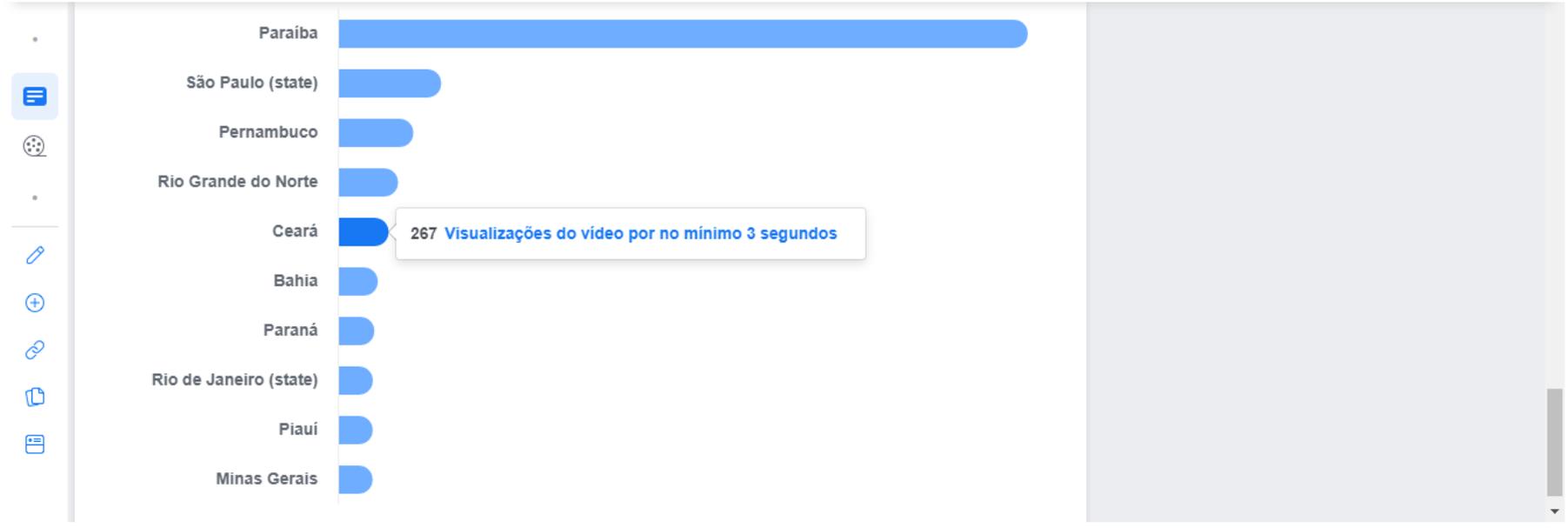
X / Programa Polemica Vídeo / Publicação de vídeo



X /  /  Vídeo / Publicação de vídeo
Programa Polemica

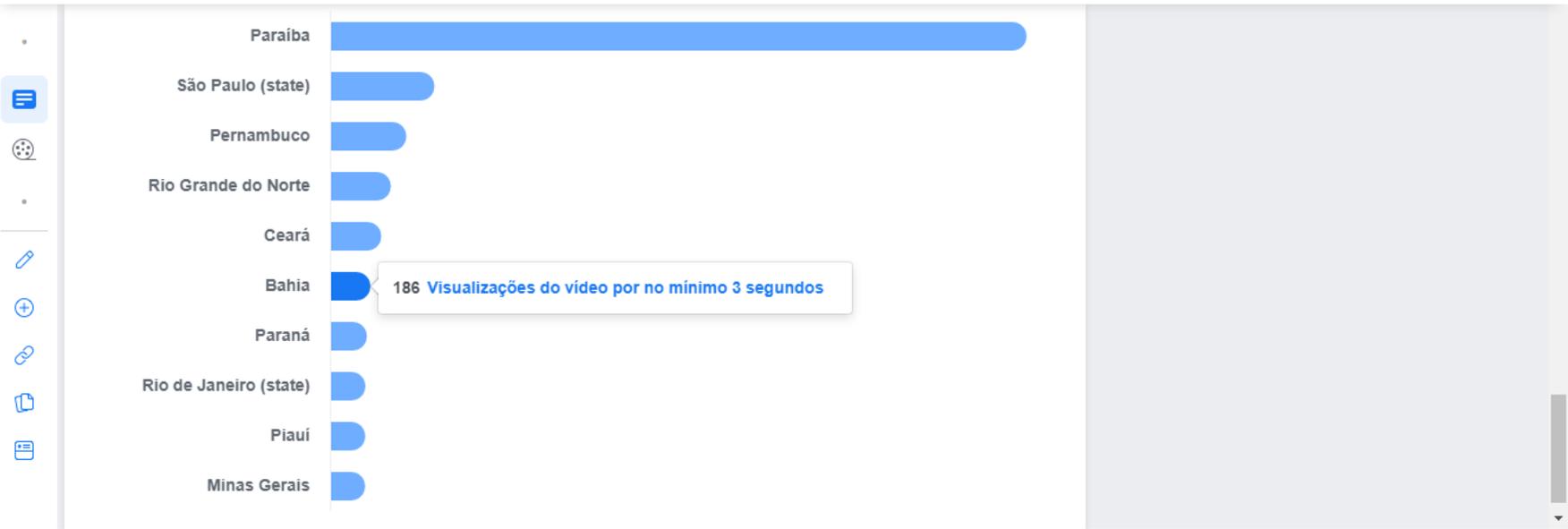


Vídeo / Publicação de vídeo
Programa Polemica



X

Video / Publicação de vídeo
Programa Polemica



The screenshot shows the Facebook Business Insights interface for a video post. The browser's address bar displays the URL: `business.facebook.com/latest/insights/content?asset_id=227928410600678&business_id=238299363388655&video_id=361673869304733`. The page header includes the 'Insights' logo and the text 'Analisar os resultados de des...'. A dropdown menu shows 'Conta de anúncios: Alais Cavalcante (6011778598...)' and an 'Exportar dados' button. The date range is set to 'Últimos 28 dias: 1 de jun de 2023 a 28 de jun de 2023'. The main content area shows a video player for 'Programa Polemica' with a list of geographic locations on the left. A tooltip for 'Paraná' indicates '160 Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos'. The Windows taskbar at the bottom shows the time as 20:41 on 29/06/2023.

Localização	Visualizações (aproximadas)
Paraíba	1000
São Paulo (state)	300
Pernambuco	200
Rio Grande do Norte	150
Ceará	120
Bahia	100
Paraná	160
Rio de Janeiro (state)	100
Piauí	100
Minas Gerais	100

The screenshot displays the Facebook Business Insights interface for a video titled "Programa Polemica". The main chart is a horizontal bar chart showing the number of video views (at least 3 seconds) by state in Brazil. The states are ranked from highest to lowest reach: Paraíba, São Paulo (state), Pernambuco, Rio Grande do Norte, Ceará, Bahia, Paraná, Rio de Janeiro (state), Piauí, and Minas Gerais. A tooltip for Rio de Janeiro (state) indicates 149 views.

Insights
Análise os resultados de des...
Conta de anúncios: Alais Cavalcante (6011778598...)
Exportar dados
Últimos 28 dias: 1 de jun de 2023 a 28 de jun de 2023

Vídeo / Publicação de vídeo
Programa Polemica

Estado	Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos
Paraíba	~1000
São Paulo (state)	~400
Pernambuco	~300
Rio Grande do Norte	~250
Ceará	~200
Bahia	~150
Paraná	~100
Rio de Janeiro (state)	149
Piauí	~50
Minas Gerais	~50

149 Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos

20:41
29/06/2023

The screenshot displays the Facebook Business Insights interface for a video advertisement. The browser's address bar shows the URL: `business.facebook.com/latest/insights/content?asset_id=227928410600678&business_id=238299363388655&video_id=361673869304733`. The page title is "Insights" with the subtitle "Análise os resultados de des...". The account name is "Conta de anúncios: Alais Cavalcante (6011778598...)" and the data is for the last 28 days, from June 1 to June 28, 2023. The video is titled "Programa Polemica".

The main chart is a horizontal bar chart showing the number of video views by state in Brazil. The states are listed on the y-axis, and the bars represent the number of views. A tooltip for Piauí indicates 148 views.

Estado	Visualizações (aproximadas)
Paraíba	~1000
São Paulo (state)	~400
Pernambuco	~300
Rio Grande do Norte	~250
Ceará	~200
Bahia	~150
Paraná	~100
Rio de Janeiro (state)	~100
Piauí	148
Minas Gerais	~100

At the bottom of the screen, the Windows taskbar is visible, showing icons for various applications and the system tray with the date and time: 20:41 on 29/06/2023.

The screenshot shows a Facebook Insights page for a video titled "Programa Polemica". The page is viewed from the perspective of the advertiser, Alais Cavalcante. The insights are filtered for the last 28 days, from June 1st to June 28th, 2023. The primary metric shown is video views for at least 3 seconds, broken down by state in Brazil.

State	Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos
Paraíba	~95
São Paulo (state)	~45
Pernambuco	~35
Rio Grande do Norte	~25
Ceará	~20
Bahia	~15
Paraná	~15
Rio de Janeiro (state)	~15
Piauí	~15
Minas Gerais	147

147 Visualizações do vídeo por no mínimo 3 segundos