



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA – CCSST
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

JANAINA DOS SANTOS CUNHA SILVA

PROGRAMA DE RÁDIO "ATTITUDE"

IMPERATRIZ

2024

JANAINA DOS SANTOS CUNHA SILVA

JANAINA DOS SANTOS CUNHA SILVA

PROGRAMA DE RÁDIO "ATITUDE"

Relatório Técnico apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Maranhão – CCSST, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Dra. Izani Mustafá.

IMPERATRIZ

2024

JANAINA DOS SANTOS CUNHA SILVA

JANAINA DOS SANTOS CUNHA SILVA

PROGRAMA DE RÁDIO: ATITUDE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade Federal do Maranhão como requisito básico para a obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social / Jornalismo, pela universidade Federal do Maranhão.

Orientadora: **Izani Mustafá**

Aprovado em: **19/09/2024.**

Banca Examinadora

Documento assinado digitalmente
gov.br IZANI PIBERNAT MUSTAFA
Data: 20/09/2024 10:55:17-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Profa. Dra. Izani Mustafá (Orientadora)

Documento assinado digitalmente
gov.br ROSEANE ARCANJO PINHEIRO
Data: 23/09/2024 10:55:40-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Profa. Dra. Roseane Arcanjo Pinheiro (Examinadora 1)

Documento assinado digitalmente
gov.br NAYANE CRISTINA RODRIGUES DE BRITO
Data: 24/09/2024 02:24:20-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Doutora Nayane Cristina Rodrigues de Brito (Examinadora 2)

Imperatriz – MA
2024

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Cunha Silva, Janaina dos Santos.

Programa de rádio Atitude / Janaina dos Santos Cunha
Silva. - 2024.

49 f.

Orientador(a): Izani Pibernat Mustafá.

Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Universidade
Federal do Maranhão, Imperatriz, 2024.

1. Mulher. 2. Rádio. 3. Entrevista. 4. . 5. . I.
Pibernat Mustafá, Izani. II. Título.

Dedico este trabalho em primeiro lugar a Deus, a Ele toda honra e toda a glória. Ao meu pai (*in memória*), Antônio Silveira Cunha, e a minha mãe (*in memória*), Nazaré Ferreira dos Santos, que sempre me incentivaram a continuar estudando e a não desistir quando tudo parecia difícil. Sem eles eu não estaria aqui para me tornar a pessoa que sou hoje.

AGRADECIMENTOS

Para iniciar os agradecimentos, começo citando meu esposo, o jornalista Asarias Sousa Silva, que sempre esteve comigo me ajudando sem deixar que eu desistisse durante a trajetória. Ele também foi o editor do projeto. Agradeço aos meus filhos, Isak dos Santos Silva e Alicia Rebecca dos Santos Silva, que também foram meus incentivadores, quando eu pensava que não daria conta de concluir, os dois me falavam: “mãe você consegue”. Essas palavras foram como bálsamo, nas horas que mais precisei, obrigada, meus filhos, amo vocês.

Às minhas irmãs, Francisca dos Santos Cunha e Francileide Cunha Landim dos Santos, por me motivarem. A todos os meus queridos irmãos, aos meus familiares pelo encorajamento, obrigada.

Agradeço às mulheres que se disponibilizaram a participar do programa, como fontes especialistas, trazendo enriquecimento e esclarecimentos aos temas selecionados. Muito obrigada à economista Joçara Felipe de Paula, à médica Aldicléya Lima Luz e à psicóloga Élide Kaline Alencar, sem vocês esse projeto não estaria completo.

Também expresso minha gratidão, aos professores do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, a quem eu devo todo o aprendizado. Em especial, agradeço à professora Dr^a. Roseane Arcanjo Pinheiro, ela quem deu início a essa jornada comigo. Obrigada professora. Por algumas circunstâncias não conseguimos finalizá-la juntas, mas os ensinamentos e as palavras de encorajamento permanecem na minha mente e no meu coração.

As amigas e colegas de turma na universidade, as jornalistas Lianna Carolina Arraes Oliveira dos Santos e Lorena Silva Sousa, meu muito obrigada pelo apoio, vocês são especiais.

E por último, não poderia deixar de falar sobre minha querida orientadora, a professora Dr^a. Izani Mustafá, por todo o cuidado, atenção, apoio, ensinamentos, conversas e por não me deixar nessa jornada. Ela sabe quantas batalhas foram para chegar ao final dessa etapa. Obrigada professora por não me deixar.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso é um produto jornalístico e tem como objetivo principal a criação de um programa radiofônico com três entrevistas direcionado ao público feminino. O Atitude é um programa de prestação de serviço e caráter educativo, aborda temas relevantes para as mulheres como gestão financeira, saúde, lazer, entretenimento ou cultura. Os assuntos apresentados foram escolhidos a partir de um questionário respondido por mulheres em 2023 por meio do Google Formulários. O Atitude foi divulgado nas plataformas digitais, *Spotify, Instagram e Facebook*. O programa piloto veiculou na rádio Imperial FM 102.9, no domingo 08 de setembro de 2024, das 09h às 10h com uma hora de duração e foi dividido em três blocos.

Palavras-chaves: Mulher; rádio; entrevista; Imperatriz.

ABSTRACT

This Course Conclusion Paper is a journalistic product and its main objective is to be a radio talk show aimed at the female audience. Atitude is a service and educational program, covering topics relevant to women such as financial management, health, leisure, entertainment and culture. The topics presented were chosen from a questionnaire answered by women in 2023 using Google Forms. Atitude was promoted on the digital platforms Spotify, Instagram and Facebook. The pilot program aired on Imperial FM 102.9 radio on Sunday, September 8, 2024, from 9am to 10am, lasting one hour and divided into three blocks.

Keywords: Woman; radio; interview; Imperatriz.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. METODOLOGIA.....	11
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	15
3.1 O rádio no Brasil	15
3.2 O rádio e a cultura da convergência	19
3.3 A participação feminina no rádio brasileiro	22
3.4 A presença da mulher no rádio impetrizense desde a década de 1980.....	26
4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO	29
4.1 Estrutura do programa	29
4.2 Identidade visual.....	32
4.3 Divulgação	32
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
7. APÊNDICE A - ROTEIRO	38
8. APÊNDICE B - FOTOS.....	44
9. APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO.....	46

1. INTRODUÇÃO

O **Programa Atitude** é um produto jornalístico que traz como objetivo principal ser um programa radiofônico de entrevistas, voltado para o público feminino, para mulheres a partir de 18 anos de idade. A transmissão teve uma única edição com duração de uma hora, dividido em três blocos. Foi veiculado na Rádio Imperial FM 102.9, no domingo, das 9 às 10 horas. Uma das propostas é a inserção de conteúdos com cunho educativo e de prestação de serviço, para esclarecer as temáticas do universo da mulher como: Cuidar das Finanças, Saúde, Lazer e entretenimento ou cultura. Escolhidos a partir de um questionário enviado para mulheres em 2023, por meio do *Google* Formulários.

De acordo com dados da última pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) de 2022, a população residente de mulheres em Imperatriz é de 141.671, enquanto que a população residente de homens é 121.170, o que demonstra que a população de mulheres é maior do que a de homens. Por esse motivo, é interessante a criação de um programa de rádio voltado para o público feminino tendo em vista a ausência da temática feminina nas emissoras radiofônicas de Imperatriz.

A Kantar Ibope Media gerou uma pesquisa em 2022, com o título “Rádio: 100 anos em evolução”, aplicada em 13 regiões metropolitanas do Nordeste, Sudeste, Centro-oeste e Sul. Conforme dados da pesquisa, 83% da população ouvem rádio. Deste total, 53% são mulheres e 47%, homens. Com base nessas informações, percebemos que o público feminino se destaca dentre os ouvintes. (Kantar Ibope, 2022).

Em um levantamento realizado no ano de 2023 identificamos dez estações de rádio operando na Frequência Modulada, e com uma programação voltada para diferentes segmentos. Duas são comunitárias: Açaí FM e Maranhão do Sul. Uma das emissoras tem a outorgada de educativa, a Imperial FM, as demais são comerciais. No **Quadro 1**, abaixo, destacamos as emissoras que estão no ar e a frequência em que entram no ar.

Quadro 1 – Rádios de Imperatriz em 2024

Nome da rádio	Frequência	Tipo de emissora
Mirante FM	95.1 MHz	Comercial
Massa FM	95.9 MHz	Comercial
Nativa FM	99.5 MHz	Comercial
Terra FM	100.3 MHz	Comercial

Rádio Deus é Amor FM	101.3 MHz	Comercial
Rádio Imperial FM	102.9 MHz	Educativa
Rádio Difusora FM	105.1 MHz	Comercial
Rádio Cidade Esperança FM	106.9 MHz	Comercial
Rádio Açaí FM	106.3 MHz	Comunitária
Maranhão do Sul FM	87.9 MHz	Comunitária

Fonte: Janaina Cunha

Um artigo desenvolvido em 2023 por professoras e acadêmicas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz, aponta que 18 mulheres trabalham em rádios da segunda maior cidade do Maranhão. Sendo constatado que dez delas atuam como apresentadoras, cinco trabalham na área administrativa ou operacional, duas são comentaristas e uma é diretora de uma das rádios. (Mustafá; Fraga; Brito; Pinheiro; Martins, 2023).

Na pesquisa, as autoras listam as rádios e as 18 mulheres que atuam nas FMs de Imperatriz. Na Imperial FM (102.9), trabalham Gil Ferreira, Valdirene dos Santos, Grazielle Silva dos Santos e Denise Araújo. Na Rádio Nativa FM (99.5), conta com quatro mulheres: Cyarla Barbosa, Dilze Braga, Michelângela Vieira e Rayara Barbosa. A Difusora FM (105.1) emprega Ana Paula e Cristiane Brito. Juliana Sá é a única funcionária da Terra FM (100.3). Enfim, a Rádio Cidade Esperança (106.9) possui sete mulheres, e seis são apresentadoras: Vanessa Moura, Eusenir Alves, Claudia Batista, Karleany Costa, Ires Dias, Vanessa Calvacante e Carla Caroline, na programação musical e comercial Mustafá; Fraga; Brito; Pinheiro; Martins, 2023).

No decorrer desta pesquisa, realizada por meio de buscas em redes sociais, verificação de *websites* e perguntas diretas a profissionais da área, pudemos identificar mudanças no cenário da radiodifusão local, atualizando os dados informados no artigo **As mulheres de ontem e de hoje no Rádio de Imperatriz**, das autoras Izani Mustafá, Kátia Fraga, Nayane Cristina R. de Brito, Roseane Arcanjo Pinheiro e Katherine Malaquias Martins.

Constatamos que atualmente a locutora Paulinha integra o conjunto de locutores da Rádio Massa FM (95.9) e apresenta os programas “Manhã da Massa” e “Giro Massa”. Vale ressaltar que no programa matinal conduzido pela locutora, tem um espaço dedicado

ao público feminino, denominado “Mulher entende Mulher”, onde são realizadas entrevistas com convidadas que debatem assuntos de interesse das mulheres. Denise Araújo, antes com vínculo na Imperial FM (102.9), não trabalha mais na emissora. Da mesma forma, Juliana Sá, anteriormente associada à Rádio Terra FM (100.3), não está mais ligada à emissora. Cristiane Brito, deixou a Rádio Difusora FM em 2024. No final de julho, mais uma mudança, a jornalista Cyarla Barbosa saiu da Rádio Nativa FM e no seu lugar entrou a estudante de jornalismo da UFMA, campus Imperatriz, Débora Maia, que apresentou o programa “Papo Nativa”, junto com o locutor Mateus Mendes, por um período de um mês. A mesma já não faz mais parte do quadro de locutores da emissora. Essas alterações destacam a dinâmica do setor de radiodifusão, onde a composição e participação dos locutores e das locutoras podem mudar no decorrer do tempo, influenciando o panorama radiofônico local.

É importante observar que, mesmo com essa presença feminina nas rádios, ainda há emissoras na cidade que não contam com mulheres em seus quadros de locutores e radialistas. Isso evidencia a necessidade de promover maior integração e diversidade de gênero nas equipes das rádios em Imperatriz.

Por isso, entendemos que o programa poderá ser um meio importante para abrir novos espaços para que possam ser debatidos temas voltados para o público feminino. Outra questão importante é o debate social que envolve a temática. Vários assuntos se destacam e poderão nortear a proposta inicial do programa que é oferecer informações e esclarecimentos para a sociedade em geral.

Mas em Imperatriz já existiu um programa voltado para as mulheres. No Trabalho de Conclusão de Curso da estudante Sara Cristina (2011), cita que em 1990, foi ao ar pela extinta Rádio Cultura de Imperatriz, “Rádio Mulher”, apresentado pela jornalista Luzia Sousa. O programa trazia assuntos sobre os resumos das novelas, culinária, horóscopo, mensagens do dia, músicas e, ocasionalmente, jornalismo. Outro programa com o mesmo estilo que foi ao ar era o “Espaço Feminino”, na Rádio Mirante FM, apresentado pela radialista Cristina Trautmann. Ambos tinham audiência e ampla aceitação, principalmente pelo público feminino. A participação do ouvinte se dava por meio de ligações por telefone e cartas que eram enviadas aos programas (Ribeiro, 2011).

Em 2016, um mapeamento realizado pelas pesquisadoras Graziela Bianchi e Nayane Brito sobre o Cenário radiofônico Sulmaranhense, indicava que Imperatriz tinha o maior número de emissoras em relação as outras cidades do Sul do Maranhão. Na pesquisa elas identificaram dez rádios, entres elas, duas emissoras comunitárias, sete

comerciais e uma rádio-poste (Bianchi; Brito, 2016, p. 149). A rádio-poste citada no mapeamento não existe mais desde 2018. No levantamento realizado, as pesquisadoras identificaram que Açailândia ocupava a segunda colocação, com cinco emissoras radiofônicas.

As autoras fizeram um estudo sobre a programação nas rádios das cidades presentes no Sul do estado e constataram que o formato predominante nas rádios é o de Entretenimento, e o segundo o Propagandista e somente em terceiro lugar está o Jornalístico. É importante ressaltar que compreendemos o tipo de programa conforme definição de Barbosa Filho: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentários jornalísticos, mesas-redondas, debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica. (Barbosa, 2003).

Diante dessas constatações, produzimos um programa inédito para os dias de hoje, para ser ouvido em Imperatriz e na Região Tocantina, pelas ondas hertzianas e também em muitas outras cidades do Brasil e do exterior pela internet. Outra alternativa para o Atitude ser ouvido é por meio do podcast que foi disponibilizado na plataforma de *streaming*.

Segundo Bonassoli (2014):

A grande vantagem do podcast é o seu poder de alcance. O podcast é um produto barato que pode impactar milhares de ouvintes. Para expandir seu alcance é necessário que as pessoas assinem seu feed e é nesse ponto que entra o pulo do gato: podscaters compartilham de estratégias para ampliar o alcance e o crescimento dos programas e sua expansão para o público maior através das trocas de influência, compartilhamento e apadrinhamento. (Bonassoli, 2014, p. 17).

Nessa fundamentação o autor explica as vantagens de produzir um podcast, evidenciando o custo de produção e seu poder de alcance. Bonassoli (2014) enfatiza ainda que o material pode ser disponibilizado aos ouvintes, por meio de agregadores, que podem ouvi-lo sob demanda, quando quiserem e por diferentes tipos de tocadores como computador ou celular.

Em 2023, a Kantar Ibope Media realizou uma pesquisa que detalha o consumo de mídia dos brasileiros, destacando o podcast como um meio para acessar conteúdos veiculados em rádios convencionais. Segundo os resultados da pesquisa, 22% dos brasileiros que consomem conteúdos radiofônicos na internet, utilizam podcasts como ferramenta para acompanhar os conteúdos. (Kantar Ibope, 2023).

Sabendo desse importante dado apresentado na pesquisa, a escolha deste produto é interessante para a composição de mais uma contribuição de trabalhos neste segmento, para juntar-se a outros desenvolvidos no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz. Pois trata-se de um produto radiofônico inédito nas atuais rádios de Imperatriz com pautas relevantes para o público feminino e assim ser apresentado à comunidade de forma educativa.

2. METODOLOGIA

Para dar início ao produto, a pesquisa valeu-se da técnica de etnografia virtual, na busca por programas de rádio disponíveis na Web e voltados para o público feminino. Fragoso, Recuero e Amaral (2011) evidenciam que:

Apesar de ter surgido inicialmente no campo da antropologia e depois encontrar ecos em várias áreas das ciências humanas e sociais, a etnografia tem passado por diversas mudanças principalmente dado o aumento exponencial do número de ambientes digitais usuários das tecnologias de comunicação e informação constituindo assim observáveis para o trabalho etnográfico. (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011, p. 170).

As autoras apontam que a técnica etnográfica de pesquisa surgiu no campo da Antropologia, mas outras áreas de pesquisa se apropriam dessa técnica para obterem resultados nas buscas a partir da observação. A internet possibilita essa abordagem, levando em consideração que o pesquisador pode observar um objeto sem precisar estar presente no local do evento.

Durante a investigação encontramos o programa “Pautas Femininas”¹ idealizado para debater os temas mais importantes que envolvem a vida das mulheres. O programa é realizado pela Rádio Senado em parceria com a Procuradoria da Mulher da Câmara dos Deputados e do Senado Federal e aborda um subtema atual intitulado "Os direitos da mulher em debate". O principal foco nesta etapa foi a observação. Ouvimos os programas disponibilizados como podcast no site do Senado Federal e veiculados na Rádio Senado e analisamos as pautas discutidas no programa. De cunho jornalístico e educativo, o programa tem dez minutos de duração e vai ao ar todas as quintas-feiras às 22 horas e é apresentado por Ritta Zumba. Temas como saúde e direitos das mulheres são abordados

¹ Pautas Femininas é um programa da Rádio Senado e está disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/pautas-femininas>.

com mais frequência no programa. Outro conteúdo de destaque é o “Viva Maria”², que está no ar desde 14 de dezembro de 1981, em quatro emissoras da Empresa Brasil de Comunicação. Apresentado pela jornalista Mara Régia, e se destaca pelo pioneirismo e influência na vida das mulheres, abordando temas como: direitos sociais, políticos e civis das mulheres. O “Viva Maria” é veiculado dentro do programa “Tarde Nacional” e vai ao ar de segunda a sexta-feira, transmitido pelas Rádios Nacional do Alto do Solimões, Nacional da Amazônia, Nacional do Rio de Janeiro e Nacional de Brasília.

Após essa primeira etapa, aplicamos um questionário disponibilizado via *Google Forms* para mulheres com idade a partir de 18 anos. A pesquisa foi importante para a definição do produto. O questionário foi enviado via *WhatsApp* para 41 mulheres com idades entre 18 e 49 anos, em outubro de 2023. É importante destacar que este produto tem a proposta de ser ouvido não apenas por mulheres da cidade de Imperatriz, por isso enviamos a pesquisa a mulheres de outras cidades do país.

Desse total, 70,7% afirmam ouvir programas de rádio, 29,3% disseram que não ouvem programas de rádio. Todas as mulheres que responderam ao questionário informaram ter acesso a aparelhos de *smartphones* (celular), todos os dias. E 39% preferem um programa de rádio de um a 60 minutos, 43,9% querem um produto de um a 30 minutos, 14,6% de um a 15 minutos e 2,4% não opinaram quanto ao tempo do programa de rádio. Mas informaram que ouvem enquanto estão dirigindo.

Sobre as pautas e o estilo a ser apresentado no programa de rádio, 46,3% das repostas foram para um produto com conteúdo variado (música, curiosidade, notícias e dicas), 4,9% para um programa jornalístico (notícia, entrevistas, enquetes e debates) e 48,8% disseram ter interesse em ambos os assuntos (variedades e jornalismo).

A partir dessas respostas obtidas no questionário aplicado, foram escolhidos os temas para serem apresentados no **Programa Atitude**: Cuidar das finanças, Saúde e Lazer, e Entretenimento ou cultura. Foram os mais votados da pesquisa.

As entrevistadas sugeriram quatorze possíveis temas para serem abordados no programa de rádio, conforme listamos no **Quadro 2**, abaixo:

Quadro 2 – Sugestões de temas para os programas

TEMAS	RESULTADOS
-------	------------

² Viva Maria é um programete da Rádio Nacional e está disponível em: <https://radios.ebc.com.br/viva-maria>.

Cuidar das finanças	63,4%
Saúde	58,5%
Lazer e entretenimento, ou cultura	53,5%
Mercado de Trabalho	51,2%
Carreiras e desafios	48,8%
Filhos e Família	43,9%
Direitos e Deveres	41,5%
Relacionamento	41,5%
Solidariedade e empoderamento feminino	39%
Sexualidade	36,6%
Padrão de beleza (cirurgias plásticas, riscos, etc..)	29,3%
Como lidar com a violência contra mulher	24,4
Religiosidade	19,5%
Direitos sexuais e reprodutivos	12,2%

Fonte: Janaina Cunha

Quantidade e idade das mulheres que responderam ao questionário aplicado em 2023

Idade:

41 respostas

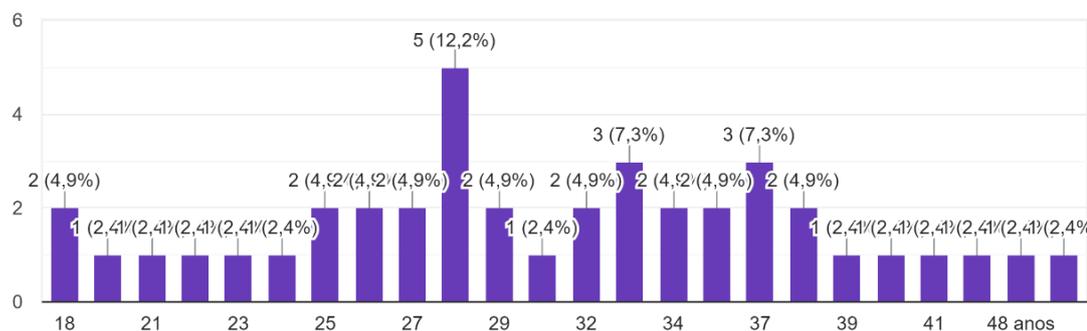


Gráfico extraído do *Google* Formulário.

Temas votados pelas mulheres que responderam ao questionário aplicado em 2023

Quais assuntos você gostaria de ouvir em um programa de rádio sobre mulheres? (Marque 5 opções)

41 respostas

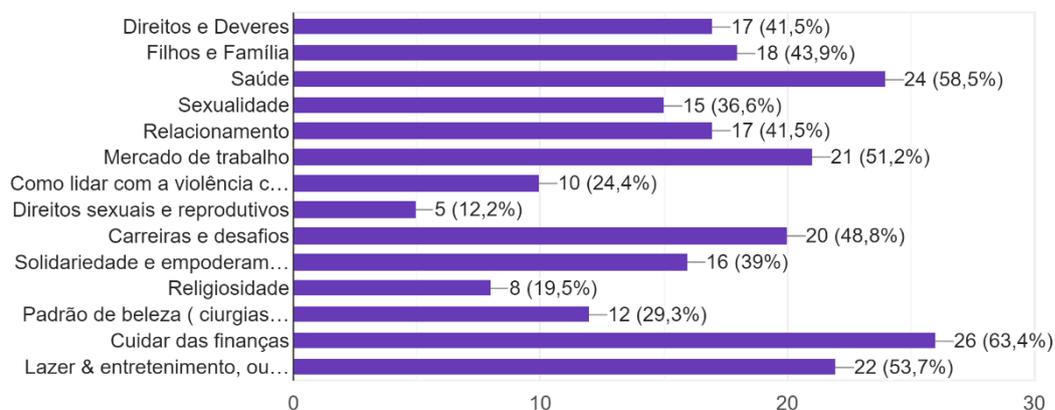


Gráfico com os assuntos abordados no questionário e quantidade de votos.

Com dados obtidos no questionário, realizamos a pesquisa bibliográfica com intuito de ampliar o conhecimento sobre o Radiojornalismo no Brasil e verificamos a participação da mulher nos primeiros 20 anos do Rádio no Brasil. Stumpf (2017), avalia a pesquisa bibliográfica como:

Um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder a respectiva anotação ou fichamentos das referências para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. (Stumpf, 2017, p. 51.)

Com base na avaliação de Stumpf (2017), concordamos que a pesquisa bibliográfica é pertinente para determinar os caminhos desta pesquisa. No desenvolvimento do trabalho essa técnica foi uma importante aliada na busca por teorias que darão fundamentos a essa investigação.

Por fim, selecionamos autores com conceitos para entender e aprofundar, por exemplo, as questões de gênero e buscar pesquisas científicas com dados sobre como a mulher está ocupando os espaços que antes eram, em sua maioria, destinados ou até mesmo ocupados somente por homens.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 O rádio no Brasil

Desde os tempos pré-históricos o homem tenta expandir a comunicação, aprendeu a falar e a sobreviver aos mais diversos ambientes, desde então a tecnologia têm cumprido um importante papel impulsionando a maneira como nos comunicamos. As tecnologias foram surgindo e modificando o modo como a humanidade se comunica, chegando ao que hoje conhecemos como meios de comunicação em massa. O rádio é um deles. “A tecnologia empregada no meio de comunicação de massa rádio, desenvolve-se com base nas pesquisas sobre a existência de ondas eletromagnéticas e nos avanços obtidos através do telégrafo e do telefone”. (Ferraretto, 2001, p. 79-80).

À medida que cientistas estrangeiros iam desenvolvendo experiências no ramo da telegrafia, o padre brasileiro Roberto Landell de Moura avançava significativamente em seus estudos, obtendo resultados superiores aos dos cientistas estrangeiros. Ferraretto (2001), afirma que o padre brasileiro realizou os primeiros experimentos com transmissão e recepção de som por meio das ondas eletromagnéticas entre 1813 e 1984. Embora a notícia mais confiável a esse respeito teria sido divulgada pelo Jornal do Comércio, em junho de 1900, onde dizia que o padre havia feito algo inacreditável usando seus inventos.

O padre gaúcho recorreu ao governo americano para obter financiamento para suas pesquisas. Somente nos anos de 1903 e 1904, os Estados Unidos, concederam patentes para seus três inventos: o telefone sem fio, o telégrafo sem fio e um transmissor de ondas. Landell de Moura “promoveu a primeira transmissão da voz humana sem a utilização de aparelhos ligados por um fio” (Santos, 2001, p. 14). Embora o padre brasileiro tenha sido o primeiro a realizar uma transmissão de rádio no Brasil, o governo fez pouco caso da importância desse invento.

Após 124 anos, a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) coloca o padre Landell de Moura no protagonismo da primeira transmissão de rádio do mundo. Ao longo de 40 anos, o pesquisador e jornalista Hamilton Almeida realizou um levantamento onde “referenda os 125 anos da primeira transmissão de voz sem fio no mundo, realizada pelo Padre Roberto Landell de Moura em 16 de julho de 1899, na cidade de São Paulo”. (Alcar, 2024). O documento é conhecido como Carta de Natal e está disponível no site da entidade.

As pesquisas mostram que a transmissão foi feita em uma das salas de aula do colégio da Rede Elite Santana.

Landell de Moura transmitiu, por meio de um aparelho construído por ele, a voz e sons musicais de um ponto ao outro, sem a utilização de fios condutores. Pelo tubo do equipamento, o Padre Landell falou: - Toquem o Hino Nacional! A cerca de 3,8 km de distância do colégio, outro aparelho de emissão/recepção, instalado na Ponte Grande (atual Ponte das Bandeiras), enviou pelo ar os acordes do hino. Acompanharam a experiência, realizada publicamente, representantes da sociedade local, além de repórteres dos jornais O Estado de S. Paulo, Correio Paulistano e O Commercio. (Alcar, 2024).

Outro pioneiro que se destaca na história do rádio, é o italiano Guillermo Marconi conhecido como o inventor do rádio, que foi um empreendedor e sua empresa obteve patentes sobre diversas criações. Em 27 de julho de 1896, na Grã-Bretanha, Guillermo Marconi fez a sua primeira transmissão pública confirmada de radiotelegrafia. Ferraretto (2001) afirma que o reconhecimento atribuído a Marconi é equivocado, mas concorda que o italiano teve seus méritos quanto às experiências de transmissão de voz feita por meio do uso de seus equipamentos.

A radiodifusão foi implantada sistematicamente na Europa e nos Estados Unidos em 1920. Porém, já na década de 60 do século XIX, o inglês James C. Max-well falou da existência das ondas de rádio que, vinte anos mais tarde, receberam o nome de ondas hertzianas, em homenagem ao seu real descobridor, Rudolph Hertz. A teoria de Hertz foi demonstrada na prática somente no final do século, por Guglielmo Marconi, um cientista italiano que montou antenas dirigidas tanto para um transmissor quanto para um receptor. (Meneguel, Oliveira, 2012, apud Cabral, 1966).

Após várias experiências internacionais e tentativas de transmissões o rádio chega ao Brasil. Segundo pesquisadores do rádio brasileiro, dia 6 de abril de 1919 é a data de início da radiodifusão no Brasil e reconhece a Rádio Clube de Pernambuco como pioneira nas transmissões radiofônicas no país, conforme a Carta de Natal (Alcar, 2019).

Segundo Barbosa Filho (2009), outra transmissão radiofônica aconteceu no Rio de Janeiro, em 7 de setembro de 1922, na festa de lançamento de Centenário da Independência, com discurso de abertura do então presidente Epitácio Pessoa, além de trechos da Ópera O Guarany, de Carlos Gomes, do Teatro Municipal. A transmissão realizada durante o evento, despertou o interesse de vários pioneiros do rádio. Ferraretto (2001) avalia que a demonstração promovida pelo capital norte-americano teria assim atingido seu objetivo, de conquistar o interesse de empresários para investir na radiofusão.

Em 1923 a primeira rádio regular brasileira foi a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, idealizada pelo cientista Edgar Roquette-Pinto e Henrique Morize. (Ferraretto, 2001). Roquette-Pinto ficou interessado pelas demonstrações das indústrias norte-americanas e conseguiu emprestados os equipamentos com o governo para a implantação da primeira rádio brasileira. Por colocar a primeira emissora no ar com objetivos educativos, Roquette-Pinto, mais tarde, ficou conhecido como o pai do rádio brasileiro. Ferraretto (2001) relata que mesmo com os esforços de Roquette-Pinto e de seus associados, a radiofusão nasce de maneira precária, sem uma programação definida.

Meneguel e Oliveira (2012) relatam que:

As primeiras rádios, por serem financiadas por seus associados, eram sociedades ou clubs que tinham como objetivo difundir a cultura e promover a integração nacional. É por essa razão que a denominação das primeiras emissoras era sempre Rádio Sociedade: do Rio de Janeiro em 1923; de São Paulo em 1924; ou Rádio Clube: Pernambuco, Paraná, São Paulo, sendo estas de 1924. (Meneguel; Oliveira. 2012, p. 4).

Ferraretto (2001) frisa que Roquette-Pinto e Henry Morize propunham ao rádio uma característica marcadamente educativa. No início foi um meio de comunicação financeiramente caro, os aparelhos receptores eram importados, por isso, era necessário ter associados para manter a emissora funcionando, como um clube. Somente pessoas da “elite” podiam comprar os receptores. Era comum ver esses equipamentos em praças, onde as pessoas se reuniam para ouvir o rádio. Havia uma cobrança de taxa para o ouvinte e os associados também pagavam taxas de manutenção porque a propaganda não era permitida. Não havia uma legislação que permitisse propaganda durante as transmissões.

As rádios sobreviviam por meio dos anúncios que são patrocinados por empresários que divulgavam serviços. Como evidencia Ferraretto (2001, p. 100) “na primeira metade dos anos 20, portanto, o Brasil ainda não havia despertado para as potencialidades de lucro do rádio a partir de uma programação financiada pela venda de espaço publicitário”. Isso só aconteceria anos depois, no ano de 1932, quando o Decreto nº 21.111 autorizava as emissoras de incluir a inserção publicitária.

A década de 1930 configura-se como fundamental para a consolidação do rádio no Brasil. “O impacto do rádio sobre a sociedade brasileira a partir de meados da década de 30 foi muito mais profundo do que aquele que a televisão viria a produzir trinta anos mais tarde”, (Barbosa Filho, 2009, p. 42-43). Essa década também marcou os caminhos e solidificou o papel cada vez mais importante para o estabelecimento do rádio no Brasil.

Definido como grande meio de comunicação em 1940 o rádio atinge seu apogeu e chega na fase conhecida como a “era de ouro do rádio brasileiro”. É também nessa época que o jornalismo começa a fazer parte da história do rádio.

Meneguel (2012), evidencia que:

A publicidade também influenciou a introdução do jornalismo radiofônico no Brasil. A primeira edição do Repórter Esso foi ao ar em agosto de 1941, na Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Tal informativo permaneceu no ar por 27 anos influenciando os padrões dos jornais falados existentes até então(...) (...) O Repórter Esso foi o grande destaque dos noticiários radiofônicos e serviu de modelo para o jornalismo posterior pelo seu estilo objetivo, imparcial, informativo e moderno. Transmitido pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro, sua primeira transmissão foi ao ar no final de agosto de 1941, permanecendo até dezembro de 1968. (Meneguel; Oliveira. 2012, p. 13-14).

Segundo Ferraretto (2001), o papel do radiojornalismo ganha projeção, durante o período da Segunda Guerra Mundial. O começo do Repórter Esso coincide com parcerias comerciais entre Brasil e os Estados Unidos. O estilo do programa era caracterizado por melodia e textos de introduções, que permanecem na memória de inúmeros ouvintes por todo o território nacional. O programa introduziu no Brasil um estilo textual direto, linear e sem adjetivos. Estreou em 28 de agosto de 1942 e foi financiado pela Esso Brasileira de Petróleo e com informações da agência de notícias *United Press Internacional*.

O Repórter Esso foi o principal jornal radiofônico da época, ficou no ar até o final de 1968. O programa era tão importante que interrompia qualquer programação para noticiar o que era considerado relevante. Os *slogans* mais famosos do jornal eram: “Repórter Esso, a testemunha ocular da história” e “Repórter Esso, o primeiro a dar as últimas”.

Um ano depois, começando sua tradição jornalística, em 3 de abril de 1942, a Rádio Tupi de São Paulo, lançou o “Grande Jornal Falado Tupi”. A primeira edição foi ao ar às 22 horas, com uma hora de duração. As notícias eram transmitidas em blocos – política, economia, esportes, seguindo uma divisão que ocorria nos jornais impressos quando os temas eram separados por editoriais. O noticiário teve a direção de Azevedo Marques e Armando Bertoni.

Conforme Barbosa Filho (2009), na década de 1960 surgiram as primeiras rádios FM (Frequência Modulada). Com a programação inicial tocando música ambiente. As agências de produção radiofônicas aparecem na década de 1970 e os programas

veiculados nesse período eram artísticos e de interesses do momento. Neuberger (2012), destaca as fases do rádio brasileiro:

- Fase de implantação: de 1919 a 1932
- Fase de estruturação: de 1932 a 1940
- Fase de decadência: de 1955 a 1970
- Fase de reestruturação: década de 1970
- Fase da segmentação e das redes via satélite: década de 1980
- O rádio via satélite: detonador de mudanças (1990)

Todas essas fases foram significativas para a consolidação do rádio. Com as novas tecnologias surgidas a partir da internet, em 1990, o rádio vem se reinventado e se adaptando aos mais diversos cenários tecnológicos. Quando a TV surgiu em 1950, o papel do rádio como principal meio de comunicação foi ameaçado. Porém, como se sabe, o rádio vem sobrevivendo e permanece como um dos principais meios de comunicação da atualidade.

3.2 O rádio e a cultura da convergência

O rádio, no atual cenário comunicacional, vem se mantendo e adaptando-se no campo da cultura da convergência. A convergência “é um processo cultural a considerar que o fluxo de conteúdo que perpassa múltiplos suportes e mercados midiáticos e os consumidores migram de um comportamento de expectadores passivos para uma cultura mais participativa”. (Del Bianco, 2012, p. 17).

Neuberger (2012) avalia esse novo cenário midiático da seguinte forma:

Com as rádios na web ou web rádios, o rádio se reinventa, assim como acontece com todas as outras mídias, e passa a fazer parte de um cenário completamente diverso do vivenciado até então. É a era da convergência, na qual, cada vez mais, as mídias assemelham-se na internet. (Neuberger 2012, p. 82).

Para autora é uma nova maneira de interagir com os meios de comunicação tradicionais. Ela lembra que a convergência não é uma novidade neste processo de modernização dos meios de comunicação, embora tenha ganhado notoriedade na atualidade. Se antes da cultura da convergência o rádio só poderia ser transmitido por meio de aparelhos com alcance definido, hoje, pode se produzir um programa no Brasil e o mesmo alcançar proporções mundiais pela internet. Esse fenômeno é novo para o rádio

brasileiro, iniciado em meados dos anos 1990, com a chegada das mudanças ocasionadas com o advento da internet.

Para Kischinhevsky (2012):

Circunscrever o rádio às ondas eletromagnéticas é condená-lo a um papel cada vez mais secundário, diante do crescimento da internet comercial e do processo de convergência de mídias. No início do século 21, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas também na TV por assinatura, via cabo, micro-ondas ou satélite, em serviços digitais abertos e por assinatura, e via internet, de múltiplas formas. (Kischinhevsky, 2012, p. 48).

O autor afere que o rádio deve ser considerado como um meio de comunicação que englobe o uso de diversos dispositivos técnicos, nesse sentido então utilizar as novas ferramentas tecnológicas como aliadas para que o meio de comunicação rádio continue como um difusor de informações que se adapta aos mais diversos cenários tecnológicos desde a sua primeira transmissão em 1921.

As novas tecnologias abrem espaço para novas rotinas produtivas. Kischinhevsky fala que, “as etapas de criação/produção, edição, distribuição e consumo foram redesenhadas por novos dispositivos e hábitos de escuta”. (Kischinhevsky, 2016, p. 53). Os celulares modernos dispensam o aparato tecnológico dos grandes estúdios de edição. Junto com essa tecnologia vem as facilidades de produção, é possível gravar, editar e publicar matérias. Kischinhevsky (2016), destaca que no âmbito dos conteúdos, persistem os formatos de gêneros consolidados na programação das emissoras desde os anos de 1980.

Contudo percebe-se, o surgimento de novas formas de interação com o ouvinte. Como é o caso do *WhatsApp*, esse novo modelo de interação permite não apenas o envio de mensagens instantâneas, “mas também colaborar com a produção jornalística, prestando informações voluntariamente ou auxiliando na circulação dos conteúdos veiculados *on-line* e *off-line*”. (Kischinhevsky, 2016, p. 55). O ouvinte participa diretamente no processo de produção das emissoras.

Bufarah Junior, (2010) salienta que o processo de digitalização de áudio chegou ao Brasil nos anos 90 com a difusão do CD, do MD e do DAT. Antes disso:

Tínhamos o uso de fitas magnéticas em rolos, cartuchos e cassete. Com o desenvolvimento das tecnologias digitais passamos a ter uma série de formatos que possibilitam não só a gravação, mas a compressão e transmissão de arquivos com inúmeras variáveis de qualidade.

O avanço tecnológico facilita a combinação de dados de armazenamento, o que facilita a edição, transporte e veiculação. Várias são as possibilidades disponíveis para o acesso por meio da rede mundial de computadores, entre essas possibilidades estão as formas de transmissão que vêm se popularizando, “a criação de emissoras virtuais, canais de áudio segmentados, audioblogs, entre outras aplicações”. (Bufarah Junior, 2010, p. 577-578).

Para explicar melhor a disponibilidade desses arquivos na rede, o autor destaca três formas básicas:

O streaming, em que a fonte sonora envia os pacotes de dados simultaneamente à produção/veiculação, ou seja, ao vivo. O *on demand* (sob demanda), onde o arquivo fica disponível na rede e o usuário acessa quantas vezes precisar, e, por último, o podcast, que embora seja gravado e esteja à disposição na web, o usuário não precisa fazer uma busca, pois há um sistema que utiliza tecnologia RSS (Really Simple Syndication) que utiliza feeds (etiquetas) contendo informações sobre título, endereço, descrição de alterações, autor, entre outras. Este sistema permite que o usuário receba seus arquivos preferidos assim que forem atualizados. Além disso, o arquivo de áudio é baixado para a máquina do assinante possibilitando a audição e transporte a qualquer momento. (Bufarah Junior, 2010, p. 578).

No artigo “Reflexões sobre o lugar do podcast no cenário da mídia sonora”, publicado em 2022 na revista “Radiofonias”, Wellington Borges da Silva e Izani Mustafá, apresentam um estudo sobre o podcast nos dias atuais em meio as mídias sonoras. Para os autores o podcast, apontado por pesquisadores como uma amplificação do rádio, encaminha-se para uma classificação diferente das ondas hertzianas, tendo suas próprias características. Os autores ressaltam a pesquisa realizada pelo Ibope em 2022, que o Brasil ocupa a terceira posição no rank de países que mais consomem *podcasts* no mundo. (Silva, Mustafá, 2022).

O rádio *on demand* é um ponto importante para o novo cenário das mídias. O *webouvinete* tem a possibilidade de obter o conteúdo desejado, quando e onde quiser acessá-lo, porque segundo Neberguer, “Os podcasts oferecem a praticidade da mobilidade, pois podem ser ouvidos na *web*, mas também apresentam a possibilidade de serem baixados para aparelhos móveis como MP3, MP4, celular, *smartfone, tablet, etc*”. (Neberguer, 2012, p. p. 127-128). O uso das ferramentas tecnológicas, a exemplo do podcast é para o rádio uma tendência proveitosa. A convergência midiática exige uma nova rotina de produção. Como lembra Lopez (2010), O rádio deve acompanhar as tecnologias da informação e da comunicação, frente ao novo cenário hipermidiático. A

tendência para o futuro do rádio é de que o veículo amplie o conteúdo sonoro com novas habilidades, agregando produções mais completas com o uso de recursos, buscando uma complementação cada vez mais indispensável diante do cenário da convergência.

3.3 A participação feminina no rádio brasileiro

Segundo a pesquisa de Tesser (1994), “De passagem pelos Estúdios”, dos anos de 1923 a 1943, as mulheres tiveram notoriedade em diversas atividades como cantoras, atrizes e locutoras, encarando as adversidades em uma época que tinham suas atividades limitadas ao seu domicílio. No artigo "A emergência da pesquisa da História das Mulheres e das Relações de Gênero", Rachel Soihet e Joana Maria Pedro (2007) discorrem como a história das mulheres se firmou como uma área de estudo visível no decorrer da historiografia. A mobilização teve início com a política feminista nos anos 1960, no momento em que ativistas feministas impuseram uma nova conduta histórica que contivesse "sua própria" história. As autoras apontam que antes mesmo dos historiadores, as próprias mulheres identificaram sua discriminação na explanação histórica e procuraram retificar essa rejeição, promovendo uma reflexão e análise crítica sobre a colaboração e a importância das mulheres na história.

O livro "Gênero, mídia & lutas sociais: percepções críticas e experiências emancipatórias", de Graziela Bianchi, Karina Janz Woitowicz e Paula Melani Rocha (2018), descreve de modo amplo as batalhas das mulheres para alcançar seus direitos e pela igualdade de gênero. As autoras apresentam uma análise crítica de períodos distintos das etapas do movimento feminista no Brasil, evidenciando os progressos. As lutas feministas foram organizadas e apresentadas em cinco datas diferentes:

Proponho a organização destas anotações em cinco ondas: anos 70, feminismo na ditadura e sua “dupla militância”; anos 80, feminismo na redemocratização e a persistência das lutas conjunturais; anos 90, feminismo e o reconhecimento de múltiplas opressões; a virada do século, fissuras do feminismo e a ascensão do pós-feminismo e, por fim, a atualidade e o feminismo difuso. (Bianchi, Woitowicz e Rocha, 2018, p. 13).

Ainda segundo Graziela Bianchi, Karina Janz Woitowicz e Paula Melani Rocha (2018), cada período é pesquisado em seu contexto histórico e sociopolítico, destacando o sucesso e as adversidades vivenciados pelas mulheres em suas trajetórias por igualdade e justiça. As autoras assinalam a relevância da mídia e das redes sociais como

instrumentos poderosos para a conscientização e mobilização, mencionando como esses recursos têm sido fundamentais na propagação de propostas e no enfrentamento pelos direitos do gênero feminino.

De acordo com a jornalista e pesquisadora Juliana Cristina Gobbi Betti (2021), autora da tese, “Informação crítico-emancipatória com perspectiva de gênero: os direitos das mulheres em programas radiofônicos femininos” existem poucos relatos históricos sobre a participação da mulher no rádio. No tópico sobre a (não) presença das mulheres nos estúdios de rádio, Juliana Cristina Gobbi Betti (2021, p. 60 apud Tavares, 2014, p. 17) destaca que o jornalista e radialista Salomão Éssper evidencia a participação de duas dezenas de colegas que contribuíram para o desenvolvimento do rádio nas mais diversas áreas. No entanto, não há uma mulher notabilizada. A autora destaca ainda que em vários outros estudos sobre o rádio não existe muitas menções da participação da mulher na história do meio.

Também pode ser observada quando contabilizamos apenas quatro mulheres entre os sessenta e quatro profissionais que integram a —galeria dos grandes nomes do rádio], elaborada por Renato 61 Murce (1976) em Bastidores do Rádio: fragmentos do rádio de ontem e de hoje. Também entre as pesquisas científicas, podemos atentar para o fato de que há apenas uma jornalista entre os profissionais citados em O Rádio no Brasil, de Sônia Virginia Moreira (2000) ou que não há mulheres entre as personalidades em evidência nos estudos que compõem a segunda parte da coletânea Rádio Brasileiro: episódios e personagens, organizada por Doris Fagundes Haussen e Márgda Cunha (2003). (Betti, 2021, p. 61).

Betti (2021) deixa claro que a observação não é feita em tom acusatório, nem com o objetivo de desmerecer a relevância dos referenciados nem dos autores e organizadores, mas busca mostrar uma recorrente ausência, “que, ao longo dos anos, vem suscitando um processo de apagamento das contribuições e das figuras femininas que fizeram parte da história da radiofonia” (Betti, 2021, p. 61).

Para determinar as causas dessa exclusão e para entendê-las, Betti (2021) recorreu a percepção de Perrot (2017). Segundo a pesquisadora

[...]dividem-se entre científicos, sociológicos e políticos os fatores que favoreceram a emergência de uma história das mulheres entre os anos de 1960 e 1970, em particular, na Grã-Bretanha, nos Estados Unidos e na França. Invertendo a direção do olhar e aproximando a lente dos objetivos específicos desta pesquisa, podemos buscar nessas mesmas categorias os fatores que se entrelaçam e contribuem para a escassez de

informações sobre as mulheres nos estudos sobre o rádio brasileiro, principalmente, na área do Jornalismo. (Betti, 2021, p. 61 apud Perrot, 2017).

Uma pesquisa realizada em 2021, pelo Laboratório de Sociologia do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina, e articulada nacionalmente pela Rede de Estudos sobre Trabalho e Profissão, da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), e intitulada O Perfil do Jornalista Brasileiro, aponta que “61,5% dos jornalistas que responderam ao questionário dentro do bloco específico sobre a área de atuação, trabalham em mídia online; 25,5% em TV; 22,3% em jornal; 13,9% em rádio; 9,2% em agência de notícia; 8,3% em revista; e 8,8% assinalaram que trabalham em outro tipo de mídia”. O levantamento obteve respostas de 7.029 jornalistas de todas as regiões do Brasil. (Quorum Comunicações, 2022).

O levantamento também constatou transformações em relação a um estudo realizado anteriormente em 2012. Entre as principais mudanças está o aumento de pessoas negras entre jornalistas do país. O aumento foi de 23% em 2012 para 30% no ano de 2022, que pode ser resultado de alguns fatores, como por exemplo cotas nas universidades, ações que buscam diversidade no mercado de trabalho. Além disso, provavelmente é resultado das lutas antirraciais, bem como critérios de autoidentificação.

Os dados também apontam:

Uma segunda mudança relevante é o incremento da participação de homens no mercado de trabalho, num contexto de desemprego e crise econômica. O estudo constata que jornalistas no Brasil ainda são majoritariamente mulheres (58%), brancas (68%), solteiras (53%), com até 40 anos, um perfil que mudou pouco em relação ao levantamento de nove anos antes. Contudo, se a profissão continua majoritariamente feminina, a participação de mulheres se reduziu em seis pontos em comparação ao estudo anterior (64%): a presença masculina cresceu de 36% para 42%, revertendo em parte o movimento de feminização da profissão constatado em pesquisas anteriores. (Quorum Comunicações, 2022, p. 53).

Conforme aumenta a participação masculina no mercado, a participação da mulher no jornalismo é invisibilizada. Debora Cristina Lopez, Lena Benzecry e Marcelo Kischinhevsky (2022), apresentam dados do Portal Comunique-se sobre a disparidade entre o número de mulheres e homens no rádio brasileiro:

De acordo com a Works, plataforma de comunicação corporativa do portal comunique-se, 15.654 mulheres estavam empregadas em veículos de comunicação em 2019, o equivalente a 36,98% dos postos de trabalho no mercado de imprensa nacional. No rádio, contudo, a participação feminina era ainda menor: apenas 2.284 mulheres (20,5% do total) trabalhavam em funções jornalísticas, como repórter, apresentadora e diretora de redação, contra 11.182 homens. (Lopes, Benzecry, Kischinhevsky, 2022, p. 3).

Nina Madsen (2020) destaca que, em 2014, os dados do Ministério do Trabalho, mostraram que as mulheres ocupavam 55,59% do total de postos do mercado jornalístico. As ocupações se concentravam em funções como revisar textos (76,38%), jornalista (60,59%) e assessor de imprensa (65,32%). E em cargos de hierarquia, como os de liderança, como diretor de redação (38,78%) ou repórter (45,74%), a presença feminina diminuiu. (Madsen, 2020, p. 420).

Outra pesquisa realizada em 2022 pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) evidencia que 61% dos cargos de liderança, ocupados por homens, demonstra a desigualdade salarial entre homens e mulheres. (Lopes, Benzecry, Kischinhevsky, 2022, p. 3 apud Aberje, 2022).

Com base nesses dados, podemos afirmar que existe uma grande desigualdade de gênero no mercado, caracterizada historicamente sobretudo no rádio, onde prevalece a voz masculina. O cenário do rádio imperatrizense não é diferente, aqui também a maioria dos locutores, são homens. As mulheres ocupam na maioria das vezes cargos administrativos. Na Rádio Massa FM, 95.9, por exemplo, está na locução Paulinha que apresenta o programa Manhã da Massa, transmitido das 8 às 12 horas, de segunda a sábado. Na Rádio Cidade Esperança FM, 106.9 tem várias mulheres que apresentam programas, como Karleany Costa apresentadora do programa “TimeLine”, de segunda a sexta-feira, das 10 às 12 horas, e Eusenir Alves, que apresenta o “Voz da Assembleia de Deus”, de segunda a sexta-feira, das 12 às 13 horas.

A participação da mulher em determinados locais ainda é carregada de preconceito e machismo. A luta por direitos e igualdade de gênero teve início no Brasil na década de 1980. O movimento defendia as pautas de “divergências sociais entre homens e mulheres, a violência contra a mulher, a sexualidade feminina, a presença das mulheres no mercado de trabalho e as discrepâncias no acesso às oportunidades”. (Dietmann; Chaves, 2018).

Nos primeiros vinte anos do Rádio, nota-se a presença masculina de forma bem acentuada. Porém, as mulheres fizeram história durante o período inicial do veículo. “As mulheres do velho rádio eram cantoras, radioatrizes e locutoras. Comandavam programas, falavam de suas dificuldades com seriedade. Conheciam o papel que desempenhavam na vida de suas ouvintes, numa época em que a submissão total e o mundo da mulher giravam apenas em torno do lar”. (Salvador, 2017).

A voz feminina a se destacar como a primeira locutora de rádio brasileira foi Beatriz Roquette-Pinto, que atuou na Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por seu pai o professor Roquette-Pinto. Em São Paulo, a primeira mulher a abraçar a carreira de locutora foi Zenaide Andrea, na Rádio Record de São Paulo, no início dos anos 30. Um ano depois em 1931, na mesma rádio, foi a vez de Natália Peres, que usava o pseudônimo de Elizabeth Darcy, mãe do narrador Silvio Luiz e da atriz Verinha Darcy. (Bette, 2021, p. 72 apud Tavares, 2014).

Um levantamento realizado pela pesquisadora Tereza Cristina Tesser (1994), intitulado por “De Passagem Pelos Estúdios”, para sua defesa de mestrado, aponta que mais de 250 mulheres fizeram parte dos primeiros vinte anos de Rádio. Porém não existem muitos documentos nem registros de todas essas histórias. “A presença feminina nas rádios ficava restrita às professoras de música e canto” [...]. Muitas abandonaram o microfone, morreram sozinhas, esquecidas. Suas vozes ficaram num texto qualquer de uma velha revista e se perderam na memória dos estudantes de comunicação”. As profissionais que atuaram nessa época tinham a imagem ligada à de mulheres do lar, não sendo reconhecidas muitas vezes como parte importante na história do rádio brasileiro. Os programas femininos existentes nesse período eram relacionados ao estereótipo da mulher dona de casa. (Tesser, 1994).

3.4 A presença da mulher no rádio impetrizense desde a década de 1980

De acordo com a pesquisadora Nayane Rodrigues de Brito (2010), a ideia de implantar a primeira rádio de Imperatriz foi do Senador Edson Lobão, que naquela época era candidato a deputado federal.

Foi a partir do convite de Edison Lobão, para implantar uma rádio em Imperatriz, que Moacyr Spósito Ribeiro esteve no município em 1977 conhecendo a região. Ao perceber as possibilidades econômicas do local, Moacyr decidiu concorrer à licitação de uma rádio para a cidade. A concessão, com o apoio político, foi obtida pelo empresário. (Brito, 2010, p. 8).

A partir daí também se inicia a trajetória da participação das mulheres nas rádios imperatrizenses. A primeira a trabalhar em uma emissora na cidade foi a amazonense Maria Perpétua Socorro Oliveira Marinha, segundo a jornalista Sara Cristina Ribeiro (2011), que escreveu o Trabalho de Conclusão de Curso “A participação da Mulher nas Rádio de Imperatriz”. (Ribeiro, 2011).

Ribeiro (2017), destaca a Rádio Imperatriz como a primeira a inserir a voz feminina no meio radiofônico da cidade em 1982. Nesse ano, chegava à Imperatriz a amazonense Maria Perpétua Socorro Oliveira Marinho, com apenas 19 anos, em busca de concluir os estudos do ensino médio, uma vez que não havia essa possibilidade na cidade natal dela. Perpétua Marinho, como ficou conhecida, foi convidada por Roberto Chaves, na época diretor da estação, a integrar o quadro de funcionários. Ela chegou à cidade em janeiro de 1982, e logo no mês seguinte, já começou a trabalhar na rádio. O primeiro contato da radialista com o meio de comunicação se deu na Rádio Nacional de Tabatinga, em 1981, onde já havia trabalhado. (Ribeiro, 2017, p. 19).

Maria Perpétua, segundo Ribeiro (2017), tinha um programa chamado, “Perpetua Marinho é um Show”. Era veiculado de 8 às 10 horas da manhã. O programa trazia uma dinâmica variada, era direcionado ao público em geral. Ela atuou por dois anos na Rádio Imperatriz e comandava outros dois programas.

Em 1983, outra mulher começa a fazer parte do quadro de funcionários da Rádio Imperatriz. Trata-se de Maria José Marconcine, vinda do Espírito Santo, a profissional foi designada para o cargo de recepcionista e também telefonista. “Desenvolvia funções como: recepcionista e telefonista atendendo os dois números de telefone que havia na emissora, recepcionava o público e anotava os avisos que a comunidade solicitava que fossem divulgados no ar”. (Ribeiro, 2017, p. 21). Após essa experiência, Zezé Marconcine como era conhecida, foi convidada pelo diretor da rádio Roberto Chaves para apresentar o “Jornal 890” ou “Grande Jornal” como era conhecido. Era veiculado pela rádio ao meio-dia.

A primeira mulher a operar uma mesa de áudio em uma rádio AM, foi Angra Nascimento. Em 2003, Angra saiu de sua cidade natal, Amarante do Maranhão, em busca de um sonho, trabalhar em uma emissora de radiodifusão. Após fazer o teste para ser locutora, Angra não agradou o empresário Moacyr Spósito, que ofereceu uma vaga na Rádio Imperatriz AM, para trabalhar em serviços gerais. “Além de varrer o chão, deveria aprender a operar e trabalhar na discoteca, era isso ou nada. Angra Nascimento, resolveu

aceitar e foi contratada como Discotecária, o mesmo que operadora musical”. (Ribeiro, 2017, p. 22). Para Angra, foi um desafio se adaptar a um novo cenário tecnológico, porém com a ajuda do jornalista esportivo Marcelo Rodrigues, ela conseguiu rapidamente essa adaptação.

Outra profissional a trabalhar no meio radiofônico, de acordo com Ribeiro (2017, p. 23) foi Denise Araújo. Em 1993 a imprensa em Imperatriz, passava por um momento de crise, ano em que a radialista foi inserida nas práticas radiofônicas. Imperatriz vivia momentos de caos, no que concerne à imprensa local. Havia sido implantada na cidade a greve geral dos jornalistas, o que de acordo com Josué Almeida Moura, que na ocasião de Secretário passou a Presidente do Sindicato dos Jornalistas, o movimento lutava por causas simples, mas que não amparava o profissional que atuava na cidade. Reivindicavam melhores condições de trabalho, a garantia de leis trabalhistas, a carteira assinada e melhor piso salarial.

A contratação de novos profissionais foi tomada por conta da greve que as empresas midiáticas estavam enfrentando, Denise Araújo atuou no Sistema Mirante de Comunicação.

Segundo Ribeiro (2011, p. 38), a jornalista Luzia Sousa, aos 18 anos, em busca de uma oportunidade de trabalho, viu no rádio essa possibilidade para ingressar no mercado. A jornalista atuou na extinta Rádio Cultura, que era sediada na Rua Monte Castelo, 205, no prédio que hoje funciona a Rádio Difusora Sul. Com a nova emissora, várias oportunidades surgiram para diferentes funções. “Entre as vagas disponíveis havia vagas para repórter, apresentador, produtor, recepcionista, entre outras. Para Luzia Sousa, a vaga de recepcionista era a que mais se adequava a seu perfil”. A jovem logo se destacou no campo das entrevistas, conseguiu um estágio como repórter, algum tempo depois foi promovida a apresentadora do radiojornal da emissora, atuando por alguns meses no cargo.

Em 2008, a jornalista Dina Prado passa a fazer parte do Sistema Nativa de Comunicação, que tinha como coordenador, Vagtonio Brandão. Decidiu que queria trabalhar no rádio e começou a trilhar o sonho. Dina, assumiu dois programas musicais diários, das 15 às 17 horas e das 17 às 19 horas. (Ribeiro, 2011, p. 40).

Ao contrário das outras mulheres a integrar o rádio em Imperatriz, como relata Ribeiro (2011, p. 40), a radialista Dilze Braga, iniciou a carreira em grandes rádios comerciais, mudou-se para a cidade de Amarante, no Maranhão, em 2001. Lá passou a

integrar à Rádio Comunitária Amarantina FM, como diretora geral da rádio, onde permaneceu no cargo até 2009.

Com o sonho desde criança de trabalhar no rádio, Neide Oliveira, teve sua primeira admissão e estreia no rádio em 2003, na Rondon FM, com o programa “Toques de Amor”, que veiculava das 20 às 22 horas. (Ribeiro, 2011, p. 41).

Outra radialista que teve destaque em Imperatriz foi Cristina Trautmann, que segundo (Ribeiro, 2011), começou a atuar na radiodifusão nos anos 1990, em uma rádio improvisada em Palmas, no Estado do Tocantins. Em Imperatriz, trabalhou no Sistema Mirante de Comunicação.

Diante da perspectiva feminina de participação nas rádios locais, considera-se pequena em relação a quantidade de vozes masculinas presentes nos programas. Com tudo, vale destacar que desde o início da radiodifusão em Imperatriz no ano de 1978, as mulheres vêm mantendo participação nesse cenário. Embora tenha muito ainda a ser conquistado.

4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

4.1 Estrutura do programa

A escolha do nome do programa se deu a partir da ideia de ter uma descrição que lembrasse a mulher, mas que não tivesse especificamente a palavra mulher, ou feminino. Foi aí que a professora Dr^a. Roseane Arcanjo Pinheiro do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz, sugeriu o nome “Atitude”. E então, decidimos que esse seria o nome do programa de rádio.

O programa foi apresentado ao diretor da Rádio Imperial FM, Rodrigo Brasmar, que autorizou a veiculação do mesmo. A ideia é que o Atitude, futuramente faça parte da grade de programação com pautas voltadas ao interesse das mulheres.

A proposta consiste em abordar os outros temas votados pelas mulheres que participaram da pesquisa durante o desenvolvimento do projeto, assim nenhum dos assuntos que são de interesse delas ficarão sem ser debatidos e divulgados em áudio.

Para falar sobre os temas, optamos por desenvolver um programa de rádio de uma hora, que foi veiculado na Rádio Imperial FM (102.9), domingo, dia 8 de setembro de 2024, das 9 às 10 horas. Dividimos o programa “Atitude” em três partes com uma entrevista em cada bloco. A primeira do programa tem a duração de 19min29s, a segunda tem 13min11s e a terceira e última entrevista tem 13min08s. O tempo total do “Atitude”

é de 45min48s. Conforme combinado, o diretor disponibilizou 1 hora para veiculação do programa, sendo que, 15 minutos foi destinado à propaganda.

A divulgação também foi ampliada para uma plataforma de *streaming*. No *Spotify*, as entrevistas foram postadas em três partes, separadamente, e também disponibilizamos o programa na íntegra como foi veiculado na rádio. Em cada bloco, abordamos os temas sugeridos pelas mulheres na pesquisa realizada via formulário do *Google* Formulários.

A proposta é que o Programa “Atitude” tenha continuidade no rádio para abordar os outros temas escolhidos pelas mulheres que participaram da pesquisa no decorrer do desenvolvimento do projeto. Dessa maneira, nenhum dos temas de interesse delas ficarão sem ser debatidos.

Escolhemos o gênero entrevista para produzir o programa. Segundo Barbosa Filho (2003), a entrevista é uma das principais fontes de coleta de informação de um jornal. É vista como uma arte que precisa de apuração e investigação. Barbosa Filho (2003) ainda destaca que, “Emílio Prado atribui importância à entrevista, pela facilidade de adaptação deste formato jornalístico no rádio possui características específicas”. Para o autor, a concepção de entrevista é bastante elucidativa. Ou seja, a entrevista é formalmente um diálogo que representa uma das fórmulas mais atraentes da comunicação humana.

Barbosa Filho (2003) também diferencia a entrevista da reportagem, classificando-a como “direta”, realizada “ao vivo”, e a reportagem como “diferida”, montada antes da veiculação. Apresenta uma outra tipologia na qual o formato pode ser observado mediante duas vertentes principais: a "entrevista de caráter" - tem como eixo a personalidade do entrevistado - e a "entrevista noticiosa" - tem como eixo a informação. Baseados no que diz Barbosa Filho, optamos pela “entrevista noticiosa” que é quando a entrevista leva informação para o ouvinte.

Ferraretto (2014), afirma que a entrevista pressupõe um contato entre duas pessoas, “que no caso do radiojornalismo, são representadas pelo repórter ou apresentador, de um lado, e por uma pessoa a gerar declarações relevantes para o público, de outro”. O autor também destaca, a presença de terceiros, os ouvintes, que acompanham esse diálogo.

Ferraretto explica que a entrevista é realizada de forma planejada:

A entrevista envolve um contato planejado com a pessoa caracterizada como fonte de informação. O profissional, portanto, prepara-se para tal e segue um roteiro de indagação com dose variável de improviso, dependendo do tempo disponível e da própria interação com o

entrevistado e o assunto. Planejar uma entrevista significa pesquisar o tema e/ou a pessoa enfocada, estabelecendo um raciocínio a respeito que orienta o questionamento. (Ferraretto, 2014, p. 213).

Desse modo, as entrevistas do Atitude foram gravadas previamente, antes da veiculação oficial do produto, mediante um roteiro elaborado. Posteriormente, o programa foi editado e produzido.

Caso, no entanto, a entrevista tenha sido gravada, a informação assim colhida deve ser tratada, ter seus trechos mais significativos selecionados e montados em uma sequência lógica sem comprometer o teor dos depoimentos, e somente após esse processamento a gravação montada será transmitida. (Ferraretto, 2014, p. 213).

No entanto, optamos por não editar as respostas das entrevistadas, que foram disponibilizadas na íntegra, conforme o diálogo aconteceu.

A respeito, observa Robert McLeish (2001, p. 43): O objetivo de uma entrevista é fornecer, nas próprias palavras do entrevistado, fatos, razões ou opiniões sobre um determinado assunto, de modo que o ouvinte possa tirar uma conclusão no que diz respeito à validade do que está sendo dito. (Ferraretto 2014, p. 205 apud Mcleish 2001, p. 43).

O primeiro tema: Cuidar das finanças foi o assunto mais votado durante a aplicação do formulário, evidenciando que as mulheres tem interesse em entender sobre a vida financeira. Um estudo desenvolvido pelo Serasa em parceria com a *Opinion Box* e divulgado em março de 2023, com o tema: “A Relevância das Mulheres nas Finanças das Famílias Brasileiras”, indica que 88% das mulheres no Brasil têm participação nas finanças das famílias. Aponta ainda que 23% delas são as únicas responsáveis por manter a família financeiramente. Por isso, o tema é relevante e foi abordado durante o programa, pois mostra que as mulheres estão mais interessadas em entender sobre independência financeira, sendo que a maioria tem participação no orçamento familiar. A primeira entrevistada no Atitude é a economista Joçara Felipe de Paula, especialista em finanças.

O segundo tema é Saúde. As mulheres estão cada vez mais buscando os cuidados com a saúde, principalmente por meio dos exames preventivos. No entanto, saúde da mulher vai muito além do que os cuidados ginecológicos. Por isso falamos sobre questões de saúde mental, emocionais, bem-estar, e também discutimos sobre planejamento

familiar. A segunda entrevistada é Aldicléya Lima, a primeira mulher médica emergencista do Maranhão, especialista em saúde da família.

Por último, discutimos sobre lazer e entretenimento, ou cultura, que foi o terceiro assunto mais votado. Nesse terceiro bloco, optamos por trazer um aspecto voltado para o bem-estar das mulheres. Abordamos a importância dessas áreas na vida da mulher e discorremos sobre como essas situações podem contribuir para que a mulher viva melhor. A entrevistada é a psicóloga Elida Kaline Alencar.

Para dar mais dinamismo, foram produzidas três trilhas inéditas no segmento MPB (Música Popular Brasileira), gravamos três vinhetas com a locutora Ediane Zanella, sendo: Vinheta de abertura, vinheta de passagem e vinheta de encerramento. As trilhas e as vinhetas foram produzidas pelo jornalista Abed Asarias. O Programa “Atitude” foi gravado no Studio Abed Produções e apresentado por Janaina Cunha. Para editar as vinhetas, usamos dois programas: *Sound Forge Pro* e *Vegas Pro*.

4.2 Identidade visual

Para a estética do programa, escolhemos cores, quentes e acolhedoras, onde destacam-se a cor laranja e a cor bege. Além das cores chamativas adicionamos uma foto da apresentadora Janaina Cunha e ao lado da foto o nome do programa em fonte “Aton”, em tamanho 151. O nome da apresentadora e data da veiculação no rádio, vem logo abaixo. Na parte inferior do banner, usamos a logomarca da Rádio Imperial FM (102.9).



Figura 1. Banner de divulgação

4.3 Divulgação

Para divulgação do Programa Atitude na *internet*, disponibilizamos no *Spotify*, que pode ser acessado pelo endereço <https://podcasters.spotify.com/pod/show/programa->

atitude. A escolha dessa plataforma, se deu pela facilidade de acesso e não cobrança da hospedagem de arquivos de áudio sem monetização. Para divulgar o programa, utilizaremos postagens com *banners* no *Instagram @programaatitudeitz* e *Facebook* <https://www.facebook.com/profile.php?id=61564959968761>.

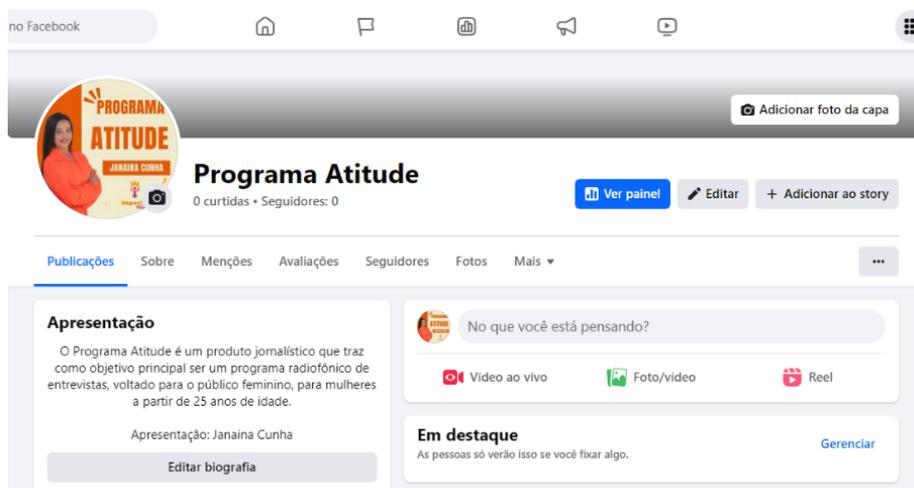


Figura 2. Página do *Facebook*



Figura 3. Página no *Spotify*



Figura 4. Página no *Instagram*

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pesquisar o rádio desde a sua invenção até os dias atuais leva-nos a perceber uma infinidade de histórias que norteiam o primeiro grande meio de comunicação em massa. Sabendo disso, podemos afirmar que essa investigação é pertinente para o desenvolvimento e aperfeiçoamento desta pesquisa.

Portanto, o tema geral proposto aqui, é o de construir um produto inédito com relevância social e educativa, a partir da temática feminina. Torna-se necessário o aprofundamento na busca por mais recursos que possibilitem a consolidação deste trabalho.

Os objetivos específicos aqui expostos devem permear a temática central do produto. Com tantas questões atuais envolvendo pautas femininas, podemos apresentar estes argumentos para contribuir com o esclarecimento para a sociedade. O rádio é um veículo poderoso de grande alcance, que pode ser utilizado com o intuito de trazer reflexões para a população e ocasionar mudanças no cenário atual.

A produção do “Atitude” é dedicada a todos que almejam dar visibilidade as pautas e anseios das mulheres que buscam o reconhecimento e seu real valor. Com esse projeto esperamos que mais mulheres tomem conhecimento e se envolvam na luta pela igualdade e direito de gêneros.

Com tudo, afirmamos que uma parte do percurso está sendo desenvolvido, porém, falta um grande caminho a ser traçado para que consigamos alcançar o principal foco do trabalho, o de colocar mais mulheres nas programações radiofônicas.

Desse modo, espera-se que o Programa “Atitude”, faça parte da história da mulher no rádio em Imperatriz, seguindo a proposta inicial, mulheres falando com e para mulheres de forma simples com diálogos informativos.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE HISTÓRIA DA MÍDIA - ALCAR. **Carta de Natal**. São Paulo: Alcar, 2019. Disponível em <https://redealcar.org/carta-de-natal/> Acesso em: 20 mar. 2024.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de radiojornalismo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros Radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

_____. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. São Paulo. Paulinas, 2003.

BETTI, Juliana Cristina Gobbi. **Informação crítico-emancipatória com perspectiva de gênero**: os direitos das mulheres em programas radiofônicos femininos. Tese (Doutorado em Jornalismo) – Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

BIANCHI, Graziela Soares; BRITO, Nayane Rodrigues de. **Cenário radiofônico Sulmaranhense** - mapeamento e análises preliminares. Rev. Eptic Vol. 18, nº 3, 2016. p.143-161.

BIANCHI, Graziela; WOITOWICZ, Karina Janz; ROCHA, Paula Melani (Org.). 2018. **Gênero, mídia & lutas sociais**: percepções críticas e experiências emancipatórias. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2018.

BONASSOLI, Kell. **Uma mão lava a outra duas mãos batem palmas**. In: Reflexões sobre o Podcast. (Org.) LUIS, Lúcio. Nova Iguaçu, Rio de Janeiro: Marsupial, 2014.

BRASIL, IBGE.
Panorama das cidades, Imperatriz.
2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ma/imperatriz/panorama> Acesso: 31 out. 2023.

BRASIL. Senado Federal. **Pautas Femininas**. Sítio eletrônico 2024. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/pautas-femininas>. Acesso em: 07 mar. 2024.

BRITO, Nayane Cristina Rodrigues de. **Memórias do Jornalismo na Rádio Imperatriz**: Relato dos Comunicadores. Campina Grande: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0397-1.pdf> . Acesso em: 10 mai. 2024.

BUFARAH JUNIOR, Alvaro. **O rádio diante das novas tecnologias de comunicação**: uma nova forma de gestão. FERRARETTO, Luiz Artur; KLÖCKINER, Luciano. (Orgs.) Com E o rádio?: novos horizontes midiáticos. Porto Alegre: Edipucrs, 2010.

DA SILVA, Wellington Borges. MUSTAFÁ, Izani Pibernat. **Reflexões sobre o lugar do podcast no cenário da mídia sonora**. Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 14, n. 02, p. 61-77, jul./out. 2022.

DEL BIANCO, Nélia Regina. (Org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. Coleção GP's E-books vol. 5. São Paulo: Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom, 2012. pg. 16-36.

DIETMANN, Sofia. CHAVES, Leslie Sedrez. **As Recatadas**: as mulheres enquanto pauta e protagonistas no Rádio. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-1331-1.pdf> Acesso em: 27 nov. 2018.

EMPRESA BRASIL DE TELECOMUNICAÇÃO - EBC. **Viva Maria**. Disponível em: <https://radios.ebc.com.br/viva-maria/>. Acessado em 03 jul. 2024

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzatto, 2001.

_____. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FRAGOSO, Suely, RECUERO, Raquel e AMARAI, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina. 2011. Disponível em: <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2017/11/pesquisa-na-internet-fragoso-inteiro.pdf>. Acesso em: 24 out. 2018.

FREIRE, Eugênio Paccelli Aguiar. **Distinções Educativas entre Rádio e Podcast**. Prisma.com, São Paulo, n. 18, p. 1-23, 2012. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/viewFile/1418/pdf> Acesso em: 24 out. 2018.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Áudio 2023**. Disponível em: <https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>. acesso em 14 out. 2023.

_____. **Inside Rad100 2022**. Disponível em: <https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/inside-radio-2022/>. Acesso em: 10 jan. 2023.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. I ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2016.

_____. **Rádio social** - Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas. In: DEL BIANCO, Nélia R. (org.). **O Rádio Brasileiro na Era da Convergência**. Coleção GP's E-books vol. 5. São Paulo: Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora Intercom, 2012. p. 38-68.

LIMA, Samuel Pantoja (Coord. Geral); MICK, Jacques. **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho**. Florianópolis: Quorum Comunicações, 2022. Disponível em: <https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf/>.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático**. LabCom, 2010.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; BENZECRY, Lena. Perspectiva de gênero nos estudos radiofônicos. **Radiofonias –Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 01, p. 2-8, jan./abr. 2022.

MADSEN, Nina. **Mulheres e Comunicação no Brasil: 1995 a 2015**. Ipea: Brasília, 2020.

MENEGUEL, Pedra Yvonete. OLIVEIRA, Oseias de. **O rádio no Brasil: do surgimento à década de 1940 e a primeira emissora de rádio em Guarapuava.** Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/713-4.pdf>. Acesso em: 24 nov. 2018.

MUSTAFÁ, Izani. FRAGA, Kátia. BRITO, Nayane Cristina R. de. PINHEIRO, Roseane Arcanjo. MARTINS, Katherine Malaquias. **As mulheres de ontem e de hoje no Rádio de Imperatriz (MA).** Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1TPqChzoYRidUJ_1tWOOmi1cq63yjeEx9/view/. Acesso em: 07 mar. 2024.

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O Rádio na Era da Convergência das Mídias. Cruz das almas:** UFRB, 2012.

Quase 80% das mulheres no Brasil estão endividadadas, aponta pesquisa. **Uol**, 21 fev. 2024. Notícias. Disponível em: https://cultura.uol.com.br/noticias/64531_quase-80-das-mulheres-no-brasil-estao-endividadadas-diz-pesquisa.html/. Acesso em: 15 Agost. 2024.

RIBEIRO, Sara Cristina da Silva. **A participação da mulher nas rádios de Imperatriz.** (Orgs.) BRITO, Nayane Cristina Rodrigues de; REIS, Rodrigo Nascimento; PINHEIRO, Roseane Arcanjo; REIS, Thays Assunção. **JORNALISMO, MÍDIA E SOCIEDADE: as experiências na região tocantina.** Imperatriz: EDUFMA, 2017.

Orientador: Roseane Arcanjo Ribeiro. Imperatriz, 2011. 58f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Curso de Bacharelado com Habilitação em Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2011.

SALVADOR, Roberto. **A mulher radialista nos primeiros vinte anos do rádio.** Disponível em: <http://aeradoradioteatro.blogspot.com/2017/05/a-mulher-radialista-nos-primeiros-vinte.html/>. Acesso em: 27 nov. 2018.

SANTOS, César Augusto Azevedo. **Quem inventou o rádio? Passo Fundo:** Clio, 2001.

Serasa. **Finanças para mulheres:** como começar a aprender sobre o tema. Serasa, 2024. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/blog/financas-para-mulheres-como-comecar-a-aprender-sobre-o-tema/>. Acesso em 03 set. 2024

SOIHET Rachel; PEDRO, Joana Maria. **A emergência da pesquisa da História das Mulheres e das Relações de Gênero.** Revista Brasileira de História, São Paulo, v. 27, n. 54, p. 281-300, 2007.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. (Orgs.) DUARTE, Jorge; Barros, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2017.

TESSER, Tereza Cristina. **De passagem pelos estúdios:** A presença feminina no início do rádio no Rio de Janeiro e São Paulo. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

7. APÊNDICE A - ROTEIRO

ROTEIRO PROGRAMA DE RÁDIO ATITUDE

Vinheta de abertura

Sobe som – Trilha instrumental

LOCUÇÃO 1 – JANAINA CUNHA

Olá ouvintes! Bem-vindas ao programa Atitude! Vamos trazer conhecimento e inspirações para você, mulher determinada e moderna! Eu sou Janaina Cunha e vou entrevistar especialistas em finanças, saúde e entretenimento. Vamos apresentar explicações valiosas para o seu dia a dia. Fique conosco, porque o programa Atitude começa agora!

Vinheta de passagem

Sobe som – Trilha instrumental

LOCUÇÃO 2 – JANAINA CUNHA

O Atitude está dividido em três blocos. Nessa primeira parte do programa, vamos abordar um assunto muito importante e necessário nos dias de hoje: como cuidar das finanças. E para falar sobre esse tema a nossa entrevista é com a especialista em finanças Joçara Felipe de Paula.

Olá Joçara, bem-vinda ao programa Atitude. Uma pesquisa recente do Serasa aponta que 88 por cento das mulheres no Brasil têm participação nas finanças das famílias. Além disso, 23 por cento são as únicas responsáveis por manter a família financeiramente. Diante desse resultado, quais são as principais orientações para quem deseja organizar as finanças, para ter uma base financeira e um orçamento mensal equilibrados?

RESPOSTA 1 – JOÇARA FELIPE DE PAULA

Deixa inicial – O primeiro passo é ter...

Deixa final – ...quando você não tem metas você gasta desregrado.

LOCUÇÃO 3 – JANAINA CUNHA

Você explicou muito bem sobre como equilibrar o orçamento. Mas algumas pesquisas apontam que quase 80 por cento das mulheres no Brasil, estão endividadas é o que mostra um levantamento de janeiro deste ano, realizado pela Confederação Nacional do Comércio (CNC). Também foi apontado que é o terceiro ano seguido de alta no endividamento das mulheres no mesmo período. Em janeiro de 2023, o índice foi de **78,8 por cento**, já no mesmo mês de 2022, foi de **78,1 por cento**, nesse caso, como lidar com as dívidas acumuladas e por onde começar a pagar?

RESPOSTA 2 – JOÇARA FELIPE DE PAULA

Deixa inicial – Quando a gente fala as pessoas estão endividadas...

Deixa final – ...tudo passa de você ter a consciência do seu dinheiro.

LOCUÇÃO 4 – JANAINA CUNHA

E com relação a reserva de emergência, que é aquele dinheiro guardado para necessidades que não estão planejadas. Existe uma maneira de ter reserva de emergência, como fazer para juntar esse dinheiro?

RESPOSTA 3 – JOÇARA FELIPE DE PAULA

Deixa inicial – Tornando a ser repetitiva...

Deixa final – ...você vai ter a tua reserva financeira.

LOCUÇÃO 5 – JANAINA CUNHA

É importante educar financeiramente as crianças e os jovens?

RESPOSTA 4 – JOÇARA FELIPE DE PAULA

Deixa inicial – A educação financeira...

Deixa final – ...fazer aplicações, investimentos, entendeu?

LOCUÇÃO 6 – JANAINA CUNHA

Como investir de forma segura e rentável para garantir um futuro financeiro estável?

RESPOSTA 5 – JOÇARA FELIPE DE PAULA

Deixa inicial – Quando a gente fala de investimento...

Deixa final – ...eu vou diversificar com outro tipo de investimento.

LOCUÇÃO 7 – JANAINA CUNHA

Para encerrar. Qual a dica mais importante sobre finanças para as mulheres? O que não pode faltar para ela ter uma vida financeira organizada?

RESPOSTA 6 – JOÇARA FELIPE DE PAULA

Deixa inicial – Quando você me falou...

Deixa final – ...pra você ter a qualidade de vida.

LOCUÇÃO 8 – JANAINA CUNHA

Entrevistamos Joçara Felipe de Paula, especialista em finanças. Agradecemos a sua participação no Atitude. Assim encerramos o primeiro bloco do nosso programa. Vamos para um breve intervalo e já já voltamos com a segunda entrevista de hoje.

Vinheta de passagem**Sobe som – trilha sonora instrumental****LOCUÇÃO 9 – JANAINA CUNHA**

Estamos de volta e o nosso tema agora é saúde. E para trazer esclarecimentos sobre essa temática, vamos conversar com a médica Aldicléya Lima, a primeira mulher médica emergencista do Maranhão, e doutoranda na área de medicina tropical/Infectologia. Antes de começar a rodada de perguntas quero dar as boas-vindas a nossa convidada. Bem-vinda ao programa Atitude!

A primeira pergunta sobre a saúde das mulheres é: quais são as modificações relevantes que nós mulheres podemos esperar em relação à saúde à medida que envelhecemos, e como nos prepararmos para essas mudanças?

RESPOSTA 1 – ALDICLÉYA LIMA

Deixa inicial – Quando a mulher...

Deixa final – ...impacta muito na vida da mulher.

LOCUÇÃO 10 – JANAINA CUNHA

Um tema bastante discutido entre as mulheres é a saúde mental. Existe um método de como identificar sinais de ansiedade e estresse, e quais práticas adotar para contornar esses problemas?

RESPOSTA 2 – ALDICLÉYA LIMA

Deixa inicial – Pois é muito complexa essa pergunta...

Deixa final – ... as mulheres saberem em relação a isso.

LOCUÇÃO 11 – JANAINA CUNHA

Uma alimentação saudável é essencial para a nossa saúde. Quais dicas você daria para as mulheres que vivem na rotina agitada, para equilibrar uma dieta nutritiva?

RESPOSTA 3 – ALDICLÉYA LIMA

Deixa inicial – Sim existem e não apenas...

Deixa final – ...adequada para as nossas necessidades.

LOCUÇÃO 12 – JANAINA CUNHA

Sabendo que a prevenção é uma das melhores formas de cuidar da saúde, quais exames preventivos são recomendados para nós? Na rede pública é possível encontrar esse recurso?

RESPOSTA 4 – ALDICLÉYA LIMA

Deixa inicial – Os exames são realizados...

Deixa final – ...acomete muito as mulheres e também os homens.

LOCUÇÃO 13 – JANAINA CUNHA

Muitas mulheres são sedentárias. Como isso pode impactar a saúde delas, e para melhorar o condicionamento físico quais as atividades físicas você recomenda para mulheres que querem melhorar a qualidade de vida?

RESPOSTA 5 – ALDICLÉYA LIMA

Deixa inicial – O sedentarismo leva a obesidade...

Deixa final – ... essa qualidade de vida dela.

LOCUÇÃO 14 – JANAINA CUNHA

Você é uma especialista na área. Qual recomendação você faz para as mulheres que desejam conciliar o cuidado com a saúde física e emocional, e as obrigações do trabalho e com a família?

RESPOSTA 6 – ALDICLÉYA LIMA

Deixa inicial – Nesse sentido é bom...

Deixa final – ...continuar a desenvolver.

LOCUÇÃO 15 – JANAINA CUNHA

Queridas e queridos ouvintes, encerramos o segundo bloco do nosso programa com essa entrevista esclarecedora com a médica Aldicléya Lima, primeira mulher médica emergencista do Maranhão e Doutoranda na área de medicina tropical/Infectologia. Agradecemos a sua presença aqui no Atitude. Vamos para um breve intervalo e na volta o tema é Lazer, entretenimento ou cultura. Voltamos já!

Vinheta de passagem

Sobe som – trilha sonora instrumental

LOCUÇÃO 16 – JANAINA CUNHA

O Atitude está de volta! Esse é o terceiro e último bloco do programa. Que tal conversar sobre Lazer, entretenimento ou cultura? Assuntos que nem sempre são discutidos, mas que são importantes para equilibrar a vida. Nossa entrevista agora é com a psicóloga Elida Kaline Alencar.

Sobe som – trilha sonora instrumental

LOCUÇÃO 17 – JANAINA CUNHA

Élida, seja bem-vinda ao programa Atitude! Para iniciar esse diálogo, queremos saber como o lazer pode ajudar emocionalmente nós mulheres que vivemos, em geral, uma rotina de pressão do trabalho e na vida familiar?

RESPOSTA 1 – Elida kaline Alencar

Deixa inicial – Hoje nós mulheres...

Deixa final – ...a saúde mental e física das mulheres.

LOCUÇÃO 18 – JANAINA CUNHA

Você pode sugerir orientações e dicas sobre o que e como inserir na rotina do dia-a-dia, atividades recreativas para as mulheres que têm dificuldade em reservar tempo para o lazer?

RESPOSTA 2 – Elida kaline Alencar

Deixa inicial – O que eu tenho...

Deixa final – ...de bem estar e de prazer.

LOCUÇÃO 19 – JANAINA CUNHA

Sobre o entretenimento digital impactar a saúde mental das mulheres, na sua opinião, existem formas saudáveis de aproveitar esse conteúdo?

RESPOSTA 3 – Elida kaline Alencar

Deixa inicial – A verdade é que nós...

Deixa final – ...o estado de saúde mental dessa mulher.

LOCUÇÃO 20 – JANAINA CUNHA

Muitas das vezes a mulher quando está em situação de estresse, usa o entretenimento digital assiste séries, filmes, como uma forma de escape. Existem benefícios e quais os riscos desse comportamento?

RESPOSTA 4 – Elida kaline Alencar

Deixa inicial – A tecnologia, as séries...

Deixa final – ...pelo uso da tecnologia.

LOCUÇÃO 21 – JANAINA CUNHA

A cultura exerce um papel significativo na formação da identidade. De que forma as mulheres podem usar expressões culturais para se reconectar com o eu interior e revigorar a autoestima?

RESPOSTA 5 – Elida kaline Alencar

Deixa inicial – A cultura tem esse papel...

Deixa final – ...uma ferramenta importantíssima.

LOCUÇÃO 22 – JANAINA CUNHA

Falando em tempo de qualidade com a família, como aproveitar esse período, sendo que geralmente as mulheres tem uma rotina tão corrida?

RESPOSTA 6 – Elida Kaline Alencar

Deixa inicial – A Organização Mundial de Saúde...

Deixa final – ...que foi falado agora pouco.

LOCUÇÃO 23 – JANAINA CUNHA

Muito obrigada a psicóloga, Elida Kaline, pelos esclarecimentos voltados para o bem estar emocional das mulheres. Bem ouvintes, encerramos a terceira entrevista do Atitude. Um programa que te informa e empodera. Agradecemos a você que ficou conosco até agora. O Atitude é um produto apresentado por mim Janaina Cunha, estudante de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção de nota para a conclusão de curso. Teve a orientação da professora doutora Izani Mustafá e foi gravado e editado pelo jornalista Abed Asarias, no Estúdio Abed Produções. Até um próximo encontro, fique bem e até lá.

8. APÊNDICE B - FOTOS



Foto 1: Joçara Felipe de Paula, especialista em finanças e Janaina Cunha



Foto 2: A média Aldicléya Lima e Janaina Cunha, em gravação no Studio Abed Produções.



Foto 3: Janaina Cunha no Estúdio da rádio Imperial FM (102.9), em Imperatriz-Ma.

9. APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO PARA IDENTIFICAR ASSUNTOS DE INTERESSE DO PÚBLICO FEMININO, COM MULHERES A PARTIR DE 18 ANOS DE IDADE.

* Indica uma pergunta obrigatória

1. E-mail *

Olá, meu nome é Janaina Cunha, sou acadêmica de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA)-Campus Imperatriz. Este questionário é uma parte fundamental do meu Trabalho de Conclusão de Curso. O objetivo do trabalho é construir um programa de rádio, voltado para o público feminino, com cunho educativo e de prestação de serviço. Bem como esclarecer, de forma didática e objetiva, questões que envolvem a mulher.

2. Gênero: *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Outro: _____

3. Idade: *

4. Você escuta programas de Rádio? *

Marque todas que se aplicam.

- Sim
 Não

5. Você tem acesso ou utiliza smartphones (celular) diariamente? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

6. Você gostaria de ouvir um programa rádio de quantos minutos? *

Marcar apenas uma oval.

- 01 a 15
 01 a 30
 01 a 60
 Outro: _____

7. Você tem preferência por ouvir conteúdos: *

Marcar apenas uma oval.

- Variedades (música, notícias, curiosidades, dicas)
 Jornalismo (notícias, entrevistas, enquetes, debates, etc)
 Ambos

8. Quais assuntos você gostaria de ouvir em um programa de rádio sobre mulheres? *
(Marque 5 opções)

Marque todas que se aplicam.

- Direitos e Deveres
 Filhos e Família
 Saúde
 Sexualidade
 Relacionamento
 Mercado de trabalho
 Como lidar com a violência contra mulher
 Direitos sexuais e reprodutivos
 Carreiras e desafios
 Solidariedade e empoderamento feminino
 Religiosidade
 Padrão de beleza (cirurgias plásticas, riscos, etc..)
 Cuidar das finanças
 Lazer & entretenimento, ou cultura