



TPM: Tempo Para Mulher¹

Emanuelly Silva FALQUETO²
Annie Manuela Ribeiro Corrêa da SILVA³
Daigleíne Maciel CALVACANTE⁴
Edilene Pereira de OLIVEIRA⁵
Hélio Ribeiro NETO⁶
Leônidas Magalhães Ribeiro FILHO⁷
Ozéias Pereira ROCHA⁸
Sebastião Vitor de LIMA⁹
Tiago da Silva TELES¹⁰
Pascoal GEMAQUE¹¹
Universidade Federal do Acre

RESUMO

TPM: Tempo Para Mulher é um radiojornal, que busca trazer informação e entretenimento para um público alvo direcionado, no caso as mulheres. Seguindo os preceitos estudados de como conquistar e manter a audiência desse público alvo, trazemos vários quadros durante meia hora de programa, tudo para apresentar muita informação de um jeito descontraído, apresentando para as mulheres e pessoas que lidam com a figura feminina. TPM: Tempo Para Mulher é um programa leve e atrativo, sem estabelecer ou cultivar barreiras de gêneros, nos propomos a pensar/conversar/falar sobre a mulher moderna que mesmo dentro de todas as suas funções acumuladas, e conquistas ainda mantém sua feminilidade.

PALAVRAS-CHAVES: Rádiojornalismo, Mulher e Modernidade

1 INTRODUÇÃO

O tema do programa de radiojornalismo apresentado é “A mulher moderna e suas necessidades”. Pois, depois de todas as conquistas femininas; uma emancipação considerável; o machismo explícito sendo abolido; a nova relação entre o homem mulher; a busca pela igualdade de gênero. Esses são alguns dos fatores que colaboram para a formação de uma mulher que vive tudo isso, mas não deixa de ser mulher, de ter seu lado feminino, é a mulher moderna.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade radiojornalismo (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante 8º período, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC, email manufalqueto@gmail.com

³ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

⁴ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

⁵ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

⁶ Aluno de graduação 8º período, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

⁷ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

⁸ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

⁹ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

¹⁰ Aluno de graduação, Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC

¹¹ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social/Jornalismo, email pgemaque@gmail.com



TPM: Tempo Para Mulher, é um produto diferenciado, pois buscamos utilizar muita criatividade ao trabalhar as técnicas tradicionais de radiojornalismo. É uma experimentação para tornar o radiojornalismo tradicional, principalmente, mais educativo e criativo.

O título é propositalmente trabalhado, referindo ao um fenômeno que não agrada as mulheres, a TPM (tensão pré-menstrual), mas essa situação não é mais incomoda dentro da proposta da nossa TPM ela é um Tempo Para a Mulher. Às vezes falar sobre questões relativas ao gênero feminino pode ser discriminado pelo pensamento preconceituoso que mulher é estressada, vive de TPM. Entretanto o nosso programa convida todos a terem uma TPM: Tempo Para Mulher.

Durante as primeiras revoluções feministas, a mulher tinha a necessidade de “vestir calças”, abandonar sua feminilidade que era e ainda é associada à fragilidade, e a submissão aos “fortes”. Então “vestir as calças” significa romper essa imagem e tudo que condicionava a mulher á dominação e ao preconceito.

Mas, na configuração da sociedade atual essa mulher, sabe que tem o direito de ser igual ao homem, sem preconceitos por ser mulher, mas para tanto ela não precisa abandonar características que lhe são peculiares, ela pode muito bem ser feminina, mas continuar tendo o espaço já conquistado.

A mulher moderna vive nessa sociedade, luta por seu espaço que não esta completamente adquirido, ainda são presentes o preconceitos de gênero. Ao mesmo tempo em que lida com questões políticas, econômicas, também cuida da sua saúde, tem momentos de lazer, é mãe e outros papéis que são assumidos pelas mulheres.

E falar dessa figura tão importante na construção da sociedade que é a mulher, dentro de um programa de rádio é um desafio, e ao mesmo tempo uma missão de romper mais um pouquinho com as barreiras dos preconceitos.

Esse programa foi requisito da disciplina de Produção e Difusão em Radiojornalismo I, e foi produzido no primeiro semestre letivo do ano de 2009. Nesse programa piloto todas as matérias, quadros foram feitos em cima do tema “quando ela convida”, fazendo referencia a tomada de iniciativa feminina para os relacionamentos.

2 OBJETIVOS

Produzir um Programa de Rádio que buscasse mostrar a Mulher moderna e suas necessidades através da abordagem de temas atuais que estejam ligados ou influenciem o público alvo. E com isso estabelecer um canal de comunicação que traga informações e pertinentes e relevantes para as mulheres.



O programa buscou construir um ritmo que avançasse a cada quadro apresentado, e possa ser ouvido separado sem prejudicar a compreensão da ouvinte que for começar a ouvir o programa já tendo iniciado. Para tanto optamos pela utilização de vários quadros que priorizem o tema.

Através desses objetivos específicos formos capazes de concretizar nosso projeto de radiojornalismo:

- Discutir temas pertinentes a mulheres;
- Elaborar com criatividade um programa de radiojornalismo que dialogue com o público alvo, as mulheres;
- Transmitir informações;
- Levantar questões polêmicas;
- Mostrar a mulher moderna como ser responsável pela construção do seu próprio espaço;
- Divulgar músicas compostas e cantadas por mulheres;

3 JUSTIFICATIVA

Desenvolvemos um radiojornal voltado para o público feminino, porque enxergamos esse nicho como pouco explorado dentro do rádio, enquanto veículo de informação e prestação de serviço. Pois, a mulher moderna e suas necessidades é um tema contemporâneo que abre um leque de possibilidades de trabalho e discussões e como o rádio um veículo com alcance amplo poderá contribuir para discutir tais questões com a sociedade.

A Mulher existe em qualquer canto do mundo, e ao longo da história foi conquistando com muito suor, lágrimas e por vezes sangue a seu lugar no espaço público, que antes era reservado apenas para homens, as mulheres eram tidas como pertencentes do espaço privado. Porém, a mulher foi conquistando um lugar no espaço público e reescreve todos os dias os discursos de submissão e de ser inferior que predominaram durante muitos anos sobre o gênero.

“O acesso à cidadania, retirou a posição feminina do lugar de objeto. As mulheres, agora úteis ao processo produtivo, não mais poderiam ser objetos, belos, destinados, exclusivamente, à fruição estética. (...) As mulheres tornaram-se então sujeitos, segundo a lei, a moral e o mercado.” (VILHENA, MENDEIROS, NOVAES, 2005, p.135)



É uma força ascendente, que tem características e peculiaridades que precisam ser apresentadas e discutidas. A mulher moderna carrega uma carga intensa de atividades e uma gama por continuar construindo e evoluindo enquanto sexo feminino mesmo diante das diferenças e adversidades.

O rádio, que é um veículo de comunicação democrático no sentido de não estabelecer a necessidade dos ouvintes saberem ler para ter acesso á informação, torna-se uma excelente ferramenta de veiculação de informação para assim discutir com todos independente de classe social essas questões. O rádio pode ser ouvido a qualquer hora e por qualquer pessoa que tenha um aparelho transmissor por perto.

“(...) o rádio tem penetração muito maior do que a imprensa. Além disso representa, para o analfabeto, o mais importante veículo de integração social. Pode ser aparelho mais portátil e mais barato que o da TV, pode acompanhar o trabalhador em sua atividade – a dona de casa, a costureira, o mecânico, o marceneiro, todos tem através do rádio, a informação, o prazer da música, o calor da voz humana” (PORCHAT, 1995, p.95)

O nosso público alvo, as mulheres, são atingidas pela rádio de uma forma diferente que os homens, por isso procurarmos estruturar e conduzir o programa, TPM: Tempo Para Mulher, em quadros para prender a atenção de nosso público alvo que não prende sua atenção a apenas uma tarefas, pode estar ouvindo rádio e trabalhando, tentamos desenvolver uma linguagem bem atrativa, além de criar um ritmo que cresce ao longo do programa.

Diante dos argumentos apresentados, enxergamos que as mulheres, um ser que se reinventa dentro dos diversos espaços sociais em todos os momentos, é a base para estruturação do nosso programa. Voltar o olhar para a força feminina não significará rejeitar o homem, mas sim estabelecer um canal de comunicação com as mulheres da sociedade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os métodos utilizados na confecção do programa foram todas as técnicas aprendidas até então durante nossa formação acadêmica para a prática do radiojornalismo, tais como as que Milton Jung cita no livro Jornalismo de Rádio: o jornalista deve ser pautado pelo interesse público e assim trazer informações que o cidadão esteja interessado em ouvir; que devemos priorizar pela agilidade a informação em primeira mão, mas antes termos precisão na averiguação do fato; o texto de rádio tem que ser escrito de maneira clara, coerente e com simplicidade. E também tomamos cuidado na utilização de técnicas para entonação de voz e interpretação.



Além da atenção as técnicas, realizamos uma pesquisa sobre os assuntos e formatos de programa que o público alvo gostaria de ouvir e ouviria, a pesquisa foi feita com as acadêmicas do curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFAC, também com algumas mulheres que trabalham em órgãos públicos da capital, como escolas e secretárias.

Para prender a atenção no conteúdo de programa colocamos efeitos sonoros, construímos uma musicalidade, como o BG durante a narração e os quadros. Assim acabamos por colaborar com a intenção de criar um ritmo no programa.

Procuramos trabalhar o texto com todas as exigências técnicas que aprendemos, tais como a linguagem clara e concisa. Além de ao confeccionar o produto considerarmos que nosso público não ouvirá exclusivamente o programa, sempre desempenhará outras tarefas enquanto ouve rádio.

“O texto escrito exige atenção exclusiva do leitor. Mas ninguém interrompe o que está fazendo para ouvir rádio. Por isso o texto radiofônico precisa captar a atenção do ouvinte com frases concisas, de forma atraente, clara, persuasiva. É uma linguagem resultante da combinação de elementos verbais (o texto) e não verbais (a sonoplastia, o desempenho da voz), toda voltada para a missão básica do rádio: entreter, informar, persuadir.” (CAMPOS, 2003)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

TPM: Tempo Para Mulher é um radiojornal com trinta minutos de duração incluídos intervalo comercial e veiculação de músicas. Foi separado em três blocos. O primeiro bloco com 10 minutos o segundo com 8 minutos e o terceiro com 6 minutos.

A apresentação do programa é feita por duas vozes femininas com o objetivo de ganhar conquistar o público alvo, pois uma voz feminina desperta a simpatia, como se o programa falasse de mulher para mulher. A intenção não é ser “bairrista” e excluir os homens, mas ganhar a credibilidade feminina

Como o desafio era trabalhar um radiojornal criativo para o público alvo, e prender sua atenção para transmitir informações úteis, estruturamos o programa em quadros que não perdiam seu caráter jornalístico de serem informativos, além dos quadros também estabelecemos a inclusão de matéria, entrevista, dicas e um espaço de divulgação cultural.

Descrição da estrutura do programa:

- Opinião feminina: um quadro que vai à rua buscar o que as mulheres tem á falar de determinado tema, esse quadro além de trazer a interação com nosso público alvo, é importante, pois pretendemos usá-lo no inicio do programa para mostrar que um



programa para mulher não tem uma voz apenas, e sim trás o que as mulheres pensam.

- Dicas: divulgar dicas interessantes dependendo do assunto que o programa esteja trabalhando.
- Matéria ‘especial’: durante o programa a intenção é veicular a matéria ‘especial’, conforme o tema discutido. O objetivo dessa matéria não é só trazer informação é estabelecer uma rápida conversa com a ouvinte. Por isso, mesmo sendo matérias não poderiam ser longa, para não perdermos audiência do público alvo que tem a característica que executar várias tarefas ao mesmo tempo, principalmente quando ouve rádio.
- Ela quer saber: outro quadro que busca interação entre público e programa para mostrar aos ouvintes que é um programa feito para ela. Esse quadro, no formato enquete, traz as duvidas das mulheres sobre o tema que está sendo discutido no programa. E para mostrar que não é um programa fechado para homens, quem responderão essas enquete “Ela quer saber” serão o homens.
- Humor: Aqui se trabalhou questões engraçadas relacionadas ao tema. Apresentou aquelas situações “que toda mulher já passou” com um tom humorístico para conquistar com empatia o público alvo.
- Culinária: A culinária é um quadro que trás receitas, mas sempre priorizando receitas que tenham ligação com o tema.
- Cultura para mulher: também é um espaço no programa dedicado para trazer dicas de cultura que procurem estabelecer um elo com o tema central do programa no dia. O centro desse quadro são informações sobre as músicas que tocadas ao longo do programa e suas cantoras.
- Final Feliz: é o ultimo quadro do programa que vai trazer uma boa história/estória/causo de uma mulher sobre o tema.

6 CONSIDERAÇÕES

Com o produto finalizado podemos analisar, e ver que alcançamos os objetivos iniciais de trazer informação para a mulher moderna de forma cativante, criativa e



inteligente. Com o trabalho prático aliado as teorias, e técnicas ensinadas nas disciplinas referentes à radiojornalismo, fomos capazes de produzir um programa educativo informativo e que tem uma configuração diferente da que é trabalhada pelas rádios locais.

REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS

JUNG, M. **Jornalismo de Rádio**. São Paulo: Contexto ed. 2004

CAMPOS, P.C. **Introdução ao radiojornalismo**. São Paulo. 2003

PORCHAT, M. E. **Manual de Radiojornalismo Jovem Pan**. São Paulo: Atica. 1990.

VILHENA, J. De; MENDEIROS, S.; NOVAES, J. De V. **A Violência da Imagem: estética, feminino e contemporaneidade** . *Revista Mal-Estar e Subjetividade*. Fortaleza, n. 1, p.109 – 104, mar. 2005