
Prosa Rural: Análise de Conteúdo dos Programas Produzidos no Acre¹

Ana Flávia de Almeida SOARES²
Wagner da Costa SILVA³
Universidade Federal do Acre, Rio Branco, AC

RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar o conteúdo do programa radiofônico “Prosa Rural” produzido pela da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária do Acre (Embrapa Acre). Com o objetivo de identificar como a instituição utiliza o rádio para alcançar seu propósito de levar informações e resultados das pesquisas produzidas pela Embrapa para seu público-alvo, jovens rurais e agricultores familiares. Sendo assim, buscou-se por meio desse estudo entender como funciona a dinâmica de produção, estrutura e conteúdo do programa.

PALAVRAS-CHAVE: Divulgação Científica, Prosa Rural, Embrapa Acre, Rádio

INTRODUÇÃO

O rádio surgiu no final do século XIX, é um dos meios de comunicações mais antigos. Simplicidade, imediatismo e capacidade de alcance são as principais características desse veículo que tem a maior cobertura entre todos os meios de comunicação. É um veículo que utiliza exclusivamente a audição, essa característica estimula a imaginação de quem ouve. A linguagem radiofônica simples e direta aproxima o ouvinte do veículo, além de permitir que todos os públicos possam entender a mensagem que deseja ser passada, sendo assim o rádio é uma ferramenta que pode ser utilizada para divulgação científica, popularizando resultados de pesquisas e novas tecnologias para o público em geral.

Observando todas as vantagens que o rádio oferece, em 2003, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa o adotou como uma forma de divulgação de pesquisas e novas tecnologias para o homem do campo, criando o programa “Prosa Rural”.

Este trabalho consiste na análise de conteúdo do programa de rádio da Embrapa, o “Prosa Rural”, que foram veiculados no estado do Acre, com esta pesquisa pretende-

¹ Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais da Intercom Júnior – XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Aluno do Curso de Jornalismo da UFAC- AC, e-mail: anafavosoares@gmail.com

³ Professor do curso de Jornalismo da UFAC-AC, e-mail: wagnercostas@hotmail.com

se observar quais as mudanças que ocorreram ao longo dos anos, se essas mudanças aperfeiçoaram o conteúdo do programa, quais pontos podem ser melhorados, e se a sua linguagem cria proximidade entre o Prosa Rural e o seu público alvo.

O rádio: ondas de história

Muito se discorre sobre a invenção do rádio, aparelho capaz de transmitir mensagens sonoras à grandes distâncias. No livro “História do Rádio no Brasil”, de Magaly Prado (2012), a autora afirma que livros da literatura nacional e estrangeira atribuem a criação ao cientista italiano Guglielmo Marconi, mas existem outros trabalhos acadêmicos que apresentam o padre e cientista brasileiro Roberto Landell de Moura como criador dessa tecnologia que revolucionou a história da comunicação. Marconi conseguiu transmitir código Morse em sinais telegráficos, sem fio, porém o padre Landell de Moura foi pioneiro na transmissão à distância e sem fio da voz humana.

De toda forma, os dois cientistas contribuíram, cada um naquilo que lhe coube, para o mundo da comunicação em massa. Outro ponto comum entre os dois cientistas é que ambos não obtiveram o apoio das autoridades de seus países para a pesquisa radiofônica. (PRADO, 2012, p.27).

Na história do rádio, também existem outros cientistas que contribuíram para evolução deste veículo, para que ele se tornasse o meio massivo de comunicação que se conhece atualmente, um veículo de comunicação popular, acessível a todos e que alcança longas distâncias. Segundo Ferraretto (2001), pode-se afirmar que desde o descobrimento da eletricidade com Benjamin Franklin, outras pesquisas ao longo do tempo contribuíram para evolução dos meios de comunicação de massa.

Na primeira transmissão oficial de rádio no Brasil, o discurso do presidente Epitácio Pessoa foi transmitido para visitantes da Feira Internacional de Exposição do Centenário da Independência, por meio de alto-falantes espalhados pelo local. Após o discurso, foi transmitida também a ópera “o Guarani”, de Carlos Gomes, diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. De acordo com Prado (2012) esse fato causou perplexidade nas pessoas presentes no local e também despertou interesse.

Com o sucesso e repercussão da primeira transmissão, em 20 de abril de 1923, no ano seguinte, o médico e antropólogo, Edgard Roquette Pinto, mais conhecido como

Roquette-Pinto e o cientista de Henrique Charles Moritze, da Academia Brasileira de Ciências, fundaram a primeira emissora radiofônica do país, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. O lema da emissora era “Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil”. Na programação eram transmitidos teatros, músicas clássica, aulas de história, física, inglês, química português e até silvicultura, além de entrevistas com cientistas.

Características do rádio

O rádio é um meio de comunicação que se caracteriza por despertar a imaginação do ouvinte. Um importante diferencial deste veículo é a sua abrangência, pois ele leva vantagens sobre os outros por alcançar regiões difícil acesso.

Em estados como Acre, Amazonas, Amapá e Roraima esse meio de comunicação ainda é uma das mais importante forma de comunicação.

Na Amazônia o rádio, [...] tornou-se um veículo de comunicação e integração das populações mais distantes e de difícil acesso, onde através do rádio, a população se comunica mais rapidamente, se socializa, sabe das notícias do seu país e de seu lugar (colocações, seringais, comunidades etc. onde vivem), de seus compadres, e assim se sentem integrados à sociedade. (CIDREIRA, 2015, p.59).

Além da grande capacidade de alcance, outra característica do rádio é a sua fácil locomoção e o seu baixo custo se comparado aos outros meio de comunicação. O aparelho de rádio pode acompanhar o seu usuário em diversos locais e situações, no carro, trabalho, em casa, no campo etc. Isso o torna bastante acessível.

Dentre os cinco sentidos olfato, paladar, visão, audição e tato, o rádio utiliza apenas um, a audição, por isso é necessário que a mensagem radiofônica seja pensada e feita de acordo com as possibilidades de recepção do indivíduo. Para facilitar a compreensão, o rádio utiliza uma linguagem simples e direta. Diferentemente da televisão, o rádio é um meio de comunicação mais pessoal, a mensagem vai de forma direta para o ouvinte, ou seja, o rádio fala para cada indivíduo. Isso o torna um meio de comunicação interativo.

As características principais desse veículo, o tornam um amigo do cidadão, mas além de levar entretenimento, o rádio também é importante para a transformação social, uma vez que leva conhecimento para pessoas de todos os níveis da sociedade, sem excluir uma classe. Ele pode ser utilizado como uma ferramenta para levar educação,

conhecimentos científicos, tratar de temas atuais que estão em discussão, o rádio pode auxiliar na consolidação para participação ativa do cidadão na sociedade, para que assim ele possa compreender e transformar o meio em que vive. Sem dúvidas, o rádio como meio de comunicação tem uma importância fundamental na história da comunicação de massa, e na vida dos cidadãos que utilizam esse meio de comunicação.

Definição de divulgação científica: conceito

Para entender o conceito de Divulgação Científica, é necessário também analisar os conceitos de disseminação científica, difusão científica e jornalismo científico. De acordo com Bertolli Filho (2006) é comum que se use essas palavras como sinônimos, porém elas não correspondem ao mesmo significado.

O conceito de difusão científica é o mais amplo, a própria divulgação científica situa-se dentro do campo da difusão. Para Bueno (1985) o conceito de difusão científica é abrangente, pois envolve “todo e qualquer processo ou recurso utilizado para veiculação de informações científicas e tecnológicas” (p. 142). Sendo assim, incorpora a divulgação científica, disseminação científica e o jornalismo científico.

Segundo Pasquali (apud Bueno, 1985) o conceito de difusão não deve ser utilizado para área de Ciência e Tecnologia (C&T), pois a difusão é um processo caracterizado pela circulação de mensagem de inspiração universal. Bueno (1985) descarta a limitação de Pasquali, ele entende que difusão científica circunscreve os demais conceitos, sendo o jornalismo científico, em última instância, um caso particular da difusão científica.

A disseminação científica, em resumo, consiste na transferência de conhecimento científico para o público especializado, seletivo, ou seja, de cientista para cientista. Já o termo divulgação científica, conceitua o objetivo de propagar conhecimentos científicos para alcançar o público em geral, não envolvendo somente especialistas. Para se fazer divulgação científica se faz necessário o uso de recursos, técnicas e processos de veiculação, além de ser inevitável uma espécie de recodificação das mensagens a serem divulgadas, para que sejam facilmente compreendidas pelo público leigo, chegando assim a mais pessoas.

É importante frisar que a divulgação científica não se restringe ao campo da imprensa. Inclui os jornais e revistas, mas também os livros

didáticos, aulas de ciências do 2º grau, os cursos de extensão para não-especialistas, as estórias em quadrinhos, os suplementos infantis, muitos dos folhetos utilizados na prática de extensão rural ou campanhas de educação voltadas, por exemplo, para as áreas de higiene e saúde, os fascículos produzidos por grandes editoras, documentários, programas especiais de rádio e televisão etc. (BUENO, 1985, p.1422).

Bertolli Filho (2006) acrescenta: “Na verdade, pensa-se que a divulgação científica abriga em seu bojo um grande número de iniciativas disseminadoras do conhecimento, podendo abranger variadas modalidades de comunicação, desde uma conversa informal até artigos jornalísticos.” (p.2). A linguista Lilian Zamboni (2001) acredita que a divulgação científica não é apenas a reformulação de uma mensagem a outra de fácil compreensão, para ela a divulgação científica cria uma nova mensagem, sendo assim um gênero específico de discurso.

O jornalismo científico é uma parte do amplo conceito que envolve a divulgação científica, e também é uma área/especialização do jornalismo, que trabalha com a divulgação científica. Bueno (1985) define que o conceito de jornalismo científico deve, obrigatoriamente, ser condicionado ao conceito de jornalismo em geral, ou seja, o jornalismo científico é um produto elaborado por jornalistas/mídia, a partir das regras e preceitos do jornalismo em geral, que torna temas como ciência e tecnologia em produtos de mídias com linguagem de fácil entendimento por parte de um público não especializado.

De acordo com Bueno (1985) uma vez que o conceito de jornalismo científico está incluído no conceito de jornalismo como um todo, deve ser pautado e seguido de acordo com as seguintes características: atualidade, universalidade, difusão e periodicidade, características que norteiam o jornalismo no geral. A atualidade seria ocupar-se de fatos que acontecem no momento presente, eventos, descobertas etc, periodicidade em manter ritmos das publicações, universalidade de abordar diferentes ramos e desdobramentos do conhecimento científico, a difusão de fazer a mensagem circular pela coletividade.

A divulgação científica é de suma importância para sociedade, pois é fundamental para popularização do conhecimento e saberes científicos. Dessa forma, fica definido que a divulgação científica tem a missão de mostrar a ciência para a população em geral, despertar o interesse do público, evidenciar que a ciência é interessante, e que está presente na vida cotidiana e na sociedade, seu conhecimento

pode trazer benefícios e melhora na qualidade de vida, essa divulgação pode acontecer em forma de livros, encontros, cursos, jornais etc. Enquanto o jornalismo científico engloba a cobertura de notícias, é a ciência enquanto notícia segue os preceitos do jornalismo geral, noticia fatos sobre ciência e tecnologia em jornais impressos, jornais online, revistas, televisão e rádio, ou seja, nos meio de comunicação em massa.

Itinerário metodológico

Para compreender como a Embrapa utiliza o rádio como meio para a divulgação, foi realizada uma consulta aos documentos oficiais da empresa que detalham o processo de criação e idealização do “Prosa Rural”, quais os objetivos que o programa busca atingir, e como foi seu processo de estruturação em todo o país. O programa também possui uma plataforma online, dentro do site da Embrapa com informações sobre o “Prosa Rural” e todos os programas estão disponíveis para download. Dado que a pesquisa tem como foco os programas produzidos pela Embrapa Acre, foram realizadas entrevistas com duas funcionárias: Priscila Viudes (chefe do setor de comunicação) e Diva Gonçalves (analista de comunicação), que trabalham no Núcleo de Comunicação Organizacional (NCO) da Unidade. Esta etapa foi realizada seguindo o modelo de entrevistas não-estruturadas, no âmbito de conversação não-dirigida, no dia 26 de junho de 2018, na sede da Embrapa Acre em Rio Branco.

A análise qualitativa do programa se sucedeu a partir da seguinte forma: os áudios do programa foram ouvidos minuciosamente e decupados, escolha dos programas para realização da decupagem teve-se como critério a linha do tempo de programas produzidos desde 2005 a 2018, foram utilizados um programa do primeiro ano de “Prosa Rural” no Estado, ou seja, 2005, um programa mais recentes de 2018.

Histórico e objetivo do programa

Pensando em democratizar o acesso à informação, a Embrapa criou o programa de rádio “Prosa Rural”, para ser uma forma alcançar o produtor e facilitar o entendimento das pesquisas, o programa tem como foco o público rural, que mora afastado dos grandes centros.

No site da instituição o programa é definido: “Informações para melhorar a vida das pessoas do campo, com músicas de artistas locais, receitas, dicas, poesias, utilidade pública... É isso que você encontra no Prosa Rural, o programa de rádio da Embrapa.”.

A Empresa escolheu o rádio por ser um meio de comunicação que alcança os lugares mais distantes, ou seja, as ondas do rádio chegam até o produtor rural, o produtor rural assim fica sabendo das tecnologias que ele pode utilizar para continuar produzindo.

No site da Embrapa está documentado que o programa começou a ser idealizado em 2003, mas somente em 2004 foi veiculado, esse um projeto construído pela Embrapa em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), tem como objetivo levar informações tecnológicas e conhecimentos agropecuários aos produtores rurais das regiões mais remotas do país.

Estrutura e produção do programa

Segundo Barbosa (2007) a preocupação principal da Embrapa, é sempre adotar uma linguagem simples que seja facilmente compreendida por todos, que o público possa compreender e aprender com a tecnologia divulgada, além disso divulgar a cultura de cada região, por isso o programa é composto de divulgação científica e músicas, poemas etc, ou seja, informações e cultura, de acordo com a especificidades de cada região.

De acordo com Barbosa (2007) o formato do “Prosa Rural” sofreu algumas modificações, a princípio, no ano de 2004, era composto por: “Favas contadas” (quadro cultural), “Um dedo de Prosa” (entrevista com um pesquisador da Embrapa), “Pitacos da Hora” (receitas e dicas). Em 2007, o quadro de Notícias foi retirado, porém foi acrescentado o “Fala Produtor”, para o produtor dar a sua opinião).

O formato atual (2018) do programa conta com quatro quadros: “Um dedo de prosa”, “Fala produtor”, “Pitacos da hora” e “Favas Contadas”, distribuídos em 15 minutos de duração do programa.

Porém como relatado em entrevista por Viudes (2018), os quadro “Fala do Produtor” e “Um Dedo de Prosa”, que são os quadros informativos, são produzidos com mais atenção, o tempo para esses quadros são maiores, para a fala dos pesquisadores são recomendados 5 minutosúteis no programa, para o produtor rural são recomendados 2

minutos, no máximo 2 minutos e 30 segundos úteis, o resto do programa é dedicado para “Favas Contadas” ou “Pitacos da Hora”, que são quadros de entretenimento, os minutos restantes também ficam dedicados para jingle de abertura, jingle de encerramento, número de contatos e anúncio do próximo quadro e a locução.

De acordo com o “Prosa Rural: Manual de produção e edição” em cada região do país são veiculados 48 programas por ano, distribuído gratuitamente para rádios de todo o Brasil. A distribuição é feita através de Compact Disc (CD), enviado por correspondência a cada Unidade da empresa, posteriormente é distribuído para rádios do estado em que essa Unidade se localiza.

A cada semana, durante 15 minutos, milhares de casas brasileiras recebem as ondas do Prosa Rural e ficam sabendo das tecnologias e dos produtos de baixo custo e de fácil adoção desenvolvidos pela Embrapa para os jovens e agricultores familiares do Semiárido brasileiro, Vale do Jequitinhonha (MG) e das regiões Norte, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. (EMBRAPA, SITE).

Segundo o site Embrapa (www.embrapa.br), o programa “Prosa Rural” se preocupa com as regionalidades, por isso são produzidos por comunicadores que trabalham nas Unidades de cada estado. A região Norte possui sete estados: Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, em cada estado existe uma Unidade da Embrapa, ou seja, os programas veiculados na região Norte são produzidos por sete unidades diferentes

Cada Unidade fica responsável por produzir um conteúdo em determinada semana. O programa produzido no Acre é distribuído nos estados da região norte, assim como os que são produzidos em outras Unidades da mesma região também são divulgados no Acre, mantendo assim um rodízio entre as unidades, por ano são escolhidos 48 temas que sejam importante para produtores do norte. A escolha do tema e feito por um comitê de seleção.

Análise de conteúdo

O primeiro programa produzido no Acre foi lançado na segunda semana de Fevereiro/2005 intitulado “Prosa Rural-Manejo de castanhais nativos”, executado pela funcionária da Embrapa Acre, Mauricília Silva. Essa edição tem a duração de 15 minutos e 4 segundos divididos da seguinte forma:

Neste primeiro programa produzido pela Embrapa Acre, pode-se perceber o que o “Prosa Rural” busca uma aproximação com o seu público alvo, isso fica evidente na forma como os apresentadores do programa falam, eles usam termos que indicam proximidade, amizade, termos convidativos, um exemplo inicial é o jingle de abertura do programa, a Embrapa se apresenta como uma amiga do “homem do campo”:

Se liga que a prosa vai começar pro amigo do campo a Embrapa tem novidade, Prosa rural o programa que vai ajudar o trabalho no campo ficar mais legal. Está no ar Prosa Rural, um programa da Embrapa, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, fazendo com você um Brasil que dá gosto. (EMBRAPA, 2005).

De acordo com a ideia aristotélica existem três qualidades principais em uma fala: logos (razão e lógica), ethos (moralidade, código moral) e pathos (emoção, afeição). É evidente que o jingle de abertura está compelido a pathos, por usar componentes emocionais na sua fala, como “amigo do campo”, “trabalho no campo ficar mais legal”, “fazendo com você um Brasil que dá gosto”.

Segundo Mcleish (2001) a linguagem radiofônica permite essa proximidade com o público, a linguagem deve ser menos formal, simples, leve e de fácil entendimento, como pode ser observado no programa inicial intitulado “Manejo de castanhais nativos” os locutores utilizam essa linguagem, falam de forma leve, e diretamente para o seu público alvo. Apesar dos apresentadores usarem termos técnicos, eles explicam o significado do termo, também utilizam técnicas de associar a informação científica com as situações cotidianas, exemplificam a informação para que o agricultor associe e compreenda melhor.

Um exemplo é que os locutores associam o fungo aflatoxina que prejudica a venda das castanheiras com fungo que é encontrado no pão, segundo Fabíola de Oliveira é um excelente recurso para aproximar o público leigo da informação científica.

Quando as pessoas conseguem associar um princípio ou uma teoria científica a alguma coisa que lhes é familiar, fica muito mais fácil a compreensão do assunto, e a comunicação científica torna-se mais eficaz. Associar, por exemplo a segunda lei da termodinâmica ao fato de que um corpo mais frio não pode transmitir calor para outro mais quente torna muito mais simples de entender e é tão correto quanto dizer, no jargão científico, que “o fluxo da energia é no sentido do aumento da entropia do sistema. (OLIVEIRA, 2007, p.44).

Apesar do programa ser para o produtor rural da região norte, nesta edição do programa não existe a participação de algum produtor, apenas a participação de fontes primárias, como pesquisadora da Embrapa, até mesmo na parte de entretenimento, as fontes ouvidas são as da própria empresa, no Pitacos da Hora, uma estagiária diz o passo a passo de uma receita utilizando a castanha e o no quadro Favas Contadas, o poema recitado é de um pesquisador da Empresa. Segundo ‘Prosa Rural: Manual de Produção” do, ‘Favas contadas” pode ser utilizado para ilustrar o tema em questão, o poema do pesquisador fala justamente sobre a castanheira e a sua preservação.

Trazer a fala de um produtor relatando suas experiências agregaria mais valor à informação científica, seria um produtor falando para outro produtor, o que geraria uma identificação dos produtores rurais com o programa, porém nessa edição do “Prosa Rural” não tem a participação de um produtor.

O quadro “Um Dedo de Prosa’ é considerada pelos comunicadores da Embrapa como o principal quadro do programa, porém nesta edição não recebeu a devida atenção, a fala da pesquisadora difere bastante do ritmo do programa, os locutores falam de forma compreensível, em alto e bom som, algo que não acontece na fala da pesquisadora, o áudio é baixo e de difícil compreensão, são 4 minutos e 32 segundos de fala sem pausas, as informações são importantes para produtor rural, mas da forma como foram falada prejudica bastante a compreensão. As principais informações sobre como fazer manejo da castanha estão contidas na fala da pesquisadora.

Segundo Ferraretto (2001) a mensagem não depende apenas de si, mas de sua articulação oral, o rádio deve ser mais claro e conciso que o jornal ou teve, porque esses meio possuem outros recursos para ser compreendidos, como a imagem, texto e fotografia. Todos as falas do programa apresentam um texto conciso e áudio de fácil compreensão, exceto a fala da pesquisadora.

Oliveira 2007 aponta a necessidade de mostrar que Ciência e Tecnologia (C&T) é uma atividade humana, que interfere diretamente na economia, forma de viver e meio ambiente. O programa consegue relacionar a importância do manejo dos castanhais nativos com a implicações econômicas, também mesclam o tema com cultura da região e causa ambiental, pode ser observado nos seguintes trechos:

[...]É importante as pessoas conhecerem melhor essa bela árvore para evitar a sua extinção. [...]Até mesmo porque a castanha é um produto muito importante para economia da amazônia.[...] Grande parte da

castanha é exportada para diversos lugares, Estados Unidos, Europa e Ásia[...] (EMBRAPA,2005)

Em 2018, A Embrapa Acre produziu a edição do “Prosa Rural” intitulada: “Importância das espécies tuberosas na alimentação humana”, veiculado nas rádios da região norte na 1ª semana de Fevereiro. O programa tem a duração de 15 minutos.

Nesta edição, assim como em outras edições, é observado que o programa busca contextualizar a informação com economia, que pode ser percebida na fala do pesquisador da Empresa, o Moacir Haverroth:

Sim. Todos os tubérculos, de forma geral, cará, taioba, inhame e alguns outros, que são chamados... estão incluídos nessa categoria de plantas alimentícias não convencionais, são chamadas de PANC, eles têm sido bem valorizados recentemente, inclusive resgatados pela auto cozinha e pela alimentação gourmet. Então tem uma valorização local e agora também uma valorização para novos pratos, novos sabores, que remetem a memória das pessoas e sensibilizam vários sentidos na hora da alimentação. (Embrapa, 2005)

Os apresentadores trazem situações corriqueiras, citam exemplos etc para passar a informação científica, um exemplo: “É! Eu tenho uma prima que acha a taioba é planta ornamental para ser cultivada apenas em jardim, já que suas folhas são muito bonitas.” (Embrapa, 2005), ou exemplo “O caldo de inhame com bacon crocante que tomei outro dia no restaurante. Era ó! De comer rezando!” (Embrapa, 2005).

Nesta edição, não é apresentado o quadro “Favas Contadas”, é acrescentado no programa o “Minuto do Serviço Florestal Brasileiro” que fala sobre mata ciliar, um assunto bem diferente do tema central da edição, no manual de produção do Prosa Rural, as informações passada no programa deve aparecer de forma natural, uma informação se apoiar na outra informação, mantendo um ritmo, sem quebras.

No quadro “Fala Produtor” o agricultor entrevistado, chamado de Seu Pelegrino, não se limita apenas em reafirmar o que o pesquisador da Embrapa fala, existe uma troca de saberes, diferentemente como se é observado nos primeiros programas de 2005. Para seu Pelegrino além de ser importante para alimentação, as tuberosas são medicinais.

São bons porque são medicinal, serve para muscular, para circulação. E o cará roxo, para sangue, afinar sangue. Importante, porque é medicinal. [...] É pra todo mundo plantar. Isso é antigo, porque é um produto que não cai de linha, não cai de preço, não cai nada, porque,

quando dá muita safra, baixa um pouco, mas todo mundo compra.
(EMBRAPA, 2005)

O quadro “Pitacos da Hora” traz como entrevistada professora da Universidade Federal do Acre (Ufac), Almecina Balbino, em grande parte da sua fala, é sobre a parceria entre Embrapa e a instituição de ensino, sem trazer um aspecto novo, não mencionado na entrevista, como é exigido no quadro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os institutos ou empresas de pesquisas como a Embrapa devem sempre buscar formas e estratégias para divulgar as suas pesquisas, pois é para a população que os investimentos em ciência e tecnologia devem voltar. O programa radiofônico “Prosa Rural é uma estratégia válida, pensada pela Embrapa para alcançar o público rural mais distante dos grandes centros, nesta análise constatou-se que em questão de conteúdo “O Prosa Rural” cumpri com seu objetivo de levar informações e resultados das pesquisas produzidas pela Empresa para seu público-alvo, jovens rurais e agricultores familiares, além de demonstrar o seu compromisso com essas pessoas que moram nessas comunidades.

Apesar de ser notável que no programa existe sim uma divulgação da Empresa, a informação científica permanece como foco principal do programa. Os temas centrais dos programas tratam de técnicas e recomendações que foram formuladas através de pesquisas feita na própria instituição com ajuda ou não de parceiros, que se seguidas vão melhorar em algum aspecto a produção do produtor rural.

Os locutores sempre enfatizam a Embrapa como uma amiga do homem do campo, isso fica evidente desde o jingle de abertura, na entonação como os locutores falam, no dialogo que eles mantem entre eles e com o produtor, utilizam frases, gírias regionais, termos convidativos e que sugerem uma relação de amizade. Isso está presente em todo o programa. Até mesmo a fala produtor é utilizada para validar o discurso de amizade que a Embrapa passa.

No manual de produção do “Prosa Rural” as práticas de se colocar como uma amiga e utilizar a fala do produtor para ter mais credibilidade são recomendados, uma vez que um produtor sugerindo uma técnica para outro produtor tem mais chances de ser seguidas, No manual também é sugerido que se tenha uma troca de saberes entre

produtor e empresa, uma valorização da cultura local, mas da forma como o quadro com a fala do produtor está sendo colocada no programa, quase não existe troca de saberes, é mínima. Nas edições analisadas, a maioria da fala do produtor apenas reproduz o discurso de que a Embrapa é uma amiga do homem do campo. Em um trecho, o produtor chega a exaltar a figura do pesquisado como superior: “Um conselho que eu dou é que a gente receba pessoas tipo a dona Joana que veio trazer conhecimento melhor para nós produtores” (Embrapa 2018).

É lógico que a Embrapa precisa passar uma imagem de amiga do produtor rural, para que eles sigam as recomendações que lhe foram sugeridas, para que a relação entre a Empresa seja de confiança, por isso que o quadro “Fala Produtor” foi inserido no programa, mas é preciso ter cuidado, pois a Empresa não deve ser vista como superioridade e sim como uma parceira agricultor, uma instituição de referência em inovação tecnológica e pesquisas para desenvolvimento do setor agropecuário.

Nos anos iniciais em que programa foi lançado, não existia o quadro específico para a fala do agricultor. Com passar dos anos o conteúdo foi sendo adaptados, quadros foram inseridos e retirados, tudo isso para conseguir deixar o programa mais leve, de forma com que o produtor consiga se identificar com ele.

Prado (2012) afirma que para se obter sucesso com um programa que busca de alguma forma ensinar um conteúdo pelo rádio, é necessário planejamento, somente assim se obtém sucesso, o “Prosa Rural” é bem planejado pela Empresa e suas unidades. O temas são bem definidos, analisados por um comitê de seleção. A linguagem utilizada segue os preceitos da linguagem radiofônica, simples e de fácil entendimento, como o programa busca aproximação com público local são utilizados alguns gírias regionais, mas de forma que não deixe o programa muito coloquial.

Por ter um conteúdo planejado, os jornalistas conseguem explicar e contextualizar o tema com outras atividades como mercado para o produto, a conservação ambiental, economia de energia, saúde, otimização de tempo etc. Toda informação científica é passada de forma simples, com exemplificações do cotidiano, mesmo quando se utiliza um termo científico, esse termo é explicado pelos locutores e entrevistadores. Para um planejamento melhor do programa e de conteúdo é importante saber a opinião do ouvinte, porém no estado do Acre nunca foi realizado uma pesquisa de percepção e opinião.

Em todas as edições analisadas o programa se caracteriza por o uso ativo das fontes primárias, ou seja, pessoas que trabalham na própria Empresa, seja para quadros de entrevista como também para os quadros de receitas, poesias e etc. O quadro “Um Dedo de Prosa” tem a maior parte de tempo útil no programa, sendo visto como o quadro mais importante. Mesmo não sendo obrigatório, todos os convidados para esse quadro foram pesquisadores da Embrapa, o manual de produção sugere que pesquisadores de instituições parceira participem deste quadro.

O conteúdo do programa está de acordo com as regras para se fazer divulgação científica, que engloba o jornalismo científico, pois segue os princípios e critérios que norteiam o jornalismo geral, como a checagem de informação, fontes, linguagem acessível, é um conteúdo elaborado por jornalistas e veículo em um meio de comunicação de massa.

REFERÊNCIAS

BAUER, Martin; GASKELL, George. (org.) **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som – um manual prático**. 2ªed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BARBOSA, Nara Regina Silva. **Comunicação rural pelo rádio**: Análise do programa da Embrapa Prosa Rural. 2007. Defesa apresentada à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília. 75p.

BERTOLLI FILHO, Cláudio. **Elementos fundamentais para a prática do jornalismo científico**. 2006. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/bertolli-claudio-elementos-fundamentais-jornalismo-cientifico.pdf> Acesso em 18/06/2018.

BUENO, Wilson da Costa. **O jornalismo científico no Brasil**: os desafios de uma longa trajetória. In: PORTO, C. M. (Org). *Difusão e cultura científica: alguns recortes*. Salvador: EDUFBA, p. 113-125, 2009. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/68/pdf/porto-9788523209124-06.pdf>> Acesso em 18/06/2018.

_____. **Jornalismo científico**: conceitos e funções. *Ciência e Cultura*, n. 37, v. 9, p. 1420-1428, set. 1985.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. 2 Ed. Porto Alegre: Ed. Sagra, 2001.

A importância das espécies tuberosas na alimentação humana. **Prosa Rural**. Região Norte: Embrapa, 5 de fevereiro de 2018. Disponível em:<www.embrapa.br/prosarural/busca-de-noticias/-/noticia/31402747/prosa-rural -

[importancia-das-especiestuberosas-na-alimentacao-humana](#)>. Acesso em 10 de julho de 2018.

Manejo de castanhais nativos. **Prosa Rural**. Região Norte: Embrapa, 10 de janeiro de 2005. Disponível em: www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2643583/prosa-rural--manejo-de-castanhais-nativos. Acesso em: 10 de julho de 2018.

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

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. 2 ed. São Paulo, Contexto, 2002.

PRADO, Magaly. **História da Rádio no Brasil**. São Paulo: Ed. Da Boa Prosa, 2012.

ZAMBONI, Lilian Márcia Simões. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica**: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.