



Prosa Rural

Manual de Produção e Edição

Juliana Miura
Selma Lúcia Lira Beltrão
Editoras Técnicas

2ª edição revista e atualizada

Embrapa

Prosa Rural

Manual de Produção e Edição

**Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Embrapa Informação Tecnológica
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**

Prosa Rural

Manual de Produção e Edição

2ª edição revista e ampliada

Juliana Miura
Selma Lúcia Lira Beltrão
Editoras Técnicas

Embrapa
Brasília, DF
2016

Embrapa Informação Tecnológica

Parque Estação Biológica (PqEB),
Av. W3 Norte (Final)
70770-901, Brasília, DF
Fone: (61) 3448-4162
Fax: (61) 3448-2494
www.embrapa.br/fale-conosco/sac/

Prosa Rural
Ligação gratuita: 0800 646 1160
(apenas para telefone fixo)
sct.prosa-l@embrapa.br
www.embrapa.br/prosa-rural

Unidade responsável pelo conteúdo e edição

Embrapa Informação Tecnológica

Coordenação editorial
Selma Lúcia Lira Beltrão
Lucilene M. de Andrade
Nilda Maria da Cunha Sette

Supervisão editorial
Nilda Maria da Cunha Sette

Revisão de textos
Rúbia Maria Pereira
Nilda Maria da Cunha Sette

Normalização bibliográfica
Márcia Maria Pereira de Souza
Rejane Maria de Oliveira

Projeto gráfico
Carlos Eduardo Felice Barbeiro

Editoração eletrônica
Júlio César da Silva Delfino

Editoração eletrônica do e-book
Alexandre Abrantes Cotta de Mello

Capa
Paula Cristina Rodrigues Franco

Tratamento das Ilustrações
Pedro Filogônio de Freitas Cabral

Imagem de abertura de capítulos
www.sxc.hu

1ª edição

1ª impressão (2009): 2.000 exemplares
2ª impressão (2012): 500 exemplares

2ª edição

Publicação digitalizada (2016)

Elaboração do conteúdo

Rádio: histórico e fundamentos
Flávia Bessa
Ilka Queiroz Lemos de Oliveira
Juliana Miura
Marina Ferraz
Selma Lúcia Lira Beltrão

Projeto radiofônico do Prosa Rural
Jorge Macau
Juliana Miura
Mônica Silveira
Nilo Falcão Barreto Filho
Selma Lúcia Lira Beltrão

Linguagem radiofônica
Jorge Macau
Mônica Silveira
Selma Lúcia Lira Beltrão

Locução e fonoaudiologia
Juliana Miura
Mônica S. Teichmann Krieger

Gravação e edição
Amilton Gontijo
Jorge Macau
Marcelo Goedert

Anexos
José Luís do Nascimento Sóter
Maria Clara Guraraldo Nataroberto

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação,
no todo ou em parte,
constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Embrapa Informação Tecnológica

Prosa Rural : manual de produção e edição / Juliana Miura,
Selma Lúcia Lira Beltrão, editoras técnicas. – 2. ed. rev. e
ampl. – Brasília, DF : Embrapa, 2016.
125 p. : il.

ISBN 978-85-7035-492-1

1. Equipamentos. 2. Gravação sonora. 3. Locutor. 4. Rádio.
5. Radiofusão. 6. Radiojornalismo. I. Embrapa.

CDD 302.2344

© Embrapa 2016

Agradecimentos

A Embrapa Informação Tecnológica agradece aos profissionais que colaboraram na elaboração do conteúdo deste manual, com palestras, oficinas, cursos e elaboração de material escrito.

Apresentação

O programa radiofônico semanal Prosa Rural foi criado em 2003 pela Embrapa, em parceria com o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), com o propósito de levar informações tecnológicas e conhecimentos agropecuários ao homem do campo, de forma simples e atrativa, para possibilitar a melhoria da produção, a segurança alimentar e nutricional e o desenvolvimento local sustentável.

O primeiro programa foi ao ar em 2004, com o apoio de rádios comunitárias da região do Semiárido brasileiro. A partir de então, novos estados passaram a transmitir o programa, e, hoje, o Prosa Rural está presente em todas as regiões brasileiras.

Para produzir semanalmente as grades regionais do programa, a Embrapa reúne uma rede de parceiros internos e externos (formada por profissionais de comunicação e de transferência de tecnologia e por pesquisadores da Empresa), da extensão rural e das organizações estaduais de pesquisa agropecuária (Oepas). Para veicular os programas, a Embrapa conta com uma rede de rádios parceiras, constituída por mais de mil rádios comunitárias, educativas e comerciais.

A participação anual desses parceiros em encontros e oficinas do Prosa Rural, os quais visam atualizar e aperfeiçoar as ações desses profissionais para a produção do programa, tem contribuído para a implementação de melhorias no formato e nos conteúdos do Prosa, bem como para a elaboração deste manual, que chega à sua segunda edição apresentando aspectos relevantes das etapas de produção, em especial aquelas que tratam da identificação e da apresentação de temas para as grades de programação, assim como da elaboração dos roteiros.

Com esta segunda edição do *Prosa Rural: Manual de produção e edição*, esperamos contribuir para que os profissionais envolvidos na

produção semanal do programa e outros interessados na produção radiofônica possam atuar mais e melhor por meio do rádio, um veículo que, a cada década, se reinventa e se renova, mas que continua cada vez mais democrático e próximo do agricultor familiar e das diversas comunidades rurais brasileiras.

Selma Lúcia Lira Beltrão

Gerente-Geral

Embrapa Informação Tecnológica

Arnoldo Campos

Secretário de Segurança Alimentar e

Nutricional do Ministério do Desenvolvimento

Social e Combate à Fome (Sesan/MDS)

Sumário

Introdução	13
Rádio: histórico e fundamentos	15
Histórico	16
O rádio no Brasil	17
Fundamentos.....	21
Formatos e gêneros de programas radiofônicos.....	23
Projeto radiofônico do Prosa Rural	25
Histórico do programa	26
Objetivos do Prosa Rural	30
Nossos ouvintes	30
Valorização da cultura local	32
Processo de produção.....	32
Definição dos temas do programa.....	33
Estrutura do Prosa Rural.....	34
Elaboração de roteiro.....	38
O roteiro de rádio	40
Planejamento do roteiro	41
O espelho de programa.....	43
Espelho de produção de rádio.....	44
Os elementos do roteiro radiofônico.....	45
Formatação do roteiro de rádio	45
A linguagem do rádio.....	48
Dicas para adequação da linguagem do rádio	50
Outras dicas de linguagem na roteirização para o rádio	51
Exemplos de termos que denotam coloquialidade	52
Dicas para o uso de números.....	53
Cuidados com o conteúdo técnico.....	54
Prazos.....	57

Distribuição das cópias e veiculação	58
As Contribuições do Prosa para o desenvolvimento rural	59
Linguagem radiofônica	63
Adequação da linguagem	64
Elaboração de texto	68
Abertura dos programas	72
Estilos e recursos	72
Orientações para entrevista.....	75
Uma conversa amistosa	77
Orientações para o entrevistador	81
Recursos para programas radiofônicos	82
Radiodrama	82
Vinheta	83
Chamada	84
Spot	84
Jingles	84
Locução e fonoaudiologia	85
Locução	86
Prática da locução.....	86
Cuidados com a pronúncia	89
Dramaticidade interpretativa	90
Respiração.....	92
Postura ao microfone	94
Dicas de fonoaudiologia	95
Fala precisa.....	96
Fala travada e imprecisa	97
Articulação.....	97
Ressonância e projeção vocal	97
Aquecimento vocal.....	97
Abuso ou mau uso da voz	98

Gravação e edição	101
Gravação.....	102
Captação do som em estúdio.....	103
Equipamentos de som	104
Mesa de som	107
Posicionamentos para gravação	107
Captação do som fora de estúdio.....	109
Equipamentos para gravação	110
Gravadores	111
Microfones de gravação	111
Edição	112
Edição não linear	113
Dicas para uma boa edição.....	113
Som	114
Mixagem.....	114
Masterização	115
Copiagem	116
Formatos digitais	116
Referências.....	119
Literatura recomendada.....	119
Anexo 1 – Um abraço ao Prosa Rural	121
Anexo 2 – A experiência com a construção da rede de radialistas parceiros.....	123
Anexo 3 – Termos mais usados em rádio	129
Anexo 4 – Cessão de direitos autorais	130

Introdução



Esta segunda edição revista e ampliada do Prosa Rural: Manual de produção e edição tem como objetivo orientar profissionais de comunicação da Embrapa, das Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (Oepas), da Extensão Rural, das rádios parceiras, estudantes de radiojornalismo, bem como outros interessados no tema quanto ao processo de produção e edição do programa semanal de rádio da Embrapa.

Para contextualizar a importância do rádio como um veículo fundamental para fazer chegar ao agricultor familiar brasileiro informações e conhecimentos sobre tecnologias de baixo custo e de aplicação cotidiana que possam contribuir para a melhoria da qualidade de vida, da segurança alimentar e do aumento da produtividade e da renda e, conseqüentemente, para o desenvolvimento local, o manual aborda inicialmente os aspectos históricos desse veículo que ainda é o mais utilizado no meio rural; e conta um pouco da trajetória do Prosa Rural programa criado pela Embrapa em 2003.

Elaborado a partir da contribuição de professores universitários e radialistas que ministraram oficinas nos encontros anuais do Prosa Rural, assim como da experiência cotidiana da equipe coordenadora do programa, este manual oferece aos leitores, de forma didática e lúdica, dicas para a definição de temas para os quadros do programa, assim como técnicas de locução, de linguagem radiofônica, de planejamento e elaboração de pré-roteiro e roteiro, de uso de recursos para programas de rádio e edição, além de orientações sobre direitos autorais. Para facilitar a compreensão dos leitores, o Prosa Rural: Manual de produção e edição também contém links para áudios do programa Prosa Rural, os quais estão associados aos exemplos apresentados no manual.

Rádio

histórico e fundamentos



Histórico

Em 1863, em Cambridge, na Inglaterra, James Clerck Maxwell, professor de física experimental, demonstra teoricamente a existência das ondas eletromagnéticas. A partir dessa revelação, outros pesquisadores também se interessam pelo assunto, entre eles o alemão Henrich Rudolph Hertz.

Em 1887, pela primeira vez, Hertz detecta as ondas de rádio, atualmente chamadas de ondas hertzianas. O achado de Hertz foi o ponto de partida para uma série de experiências que culminam com a invenção definitiva do rádio – transmitindo e recebendo mensagens, sem contato pessoal entre o emissor e o receptor.

A simples posse da tecnologia necessária para transmitir sons por meio de ondas eletromagnéticas não significa o surgimento do rádio, como o conhecemos hoje. No princípio, o rádio nasce como um meio de comunicação bidirecional e sua função é servir como elo entre dois sujeitos fisicamente afastados, que precisam estar em constante comunicação.

Em 1916, David Sarnoff institui a possibilidade de transformar o rádio num meio de comunicação massiva. Os avanços técnicos fizeram com que o rádio perdesse sua bidirecionalidade, constituindo-se num meio de comunicação massiva unidirecional.

A industrialização de equipamentos se dá com a criação da primeira companhia de rádio, fundada em Londres, Inglaterra, pelo cientista italiano Guglielmo Marconi, a quem se atribui a primeira intenção de obter algum proveito do rádio sob fins comerciais.

Em 1919, as transmissões radiofônicas assumem características próprias, passando a ter denominação de “radiodifusão”. Naquele ano, na Holanda e nos Estados Unidos surgem rádios com transmissões regulares. Em poucos anos, várias emissoras de ondas médias (OM) se espalham pelo mundo.

O rádio no Brasil

Apesar de a história oficial não confirmar, a primeira experiência radiofônica remonta a 1893, realizada pelo padre Roberto Landell de Moura, numa transmissão do alto da Avenida Paulista, para o alto de Sant'Ana, na capital paulista, onde ele enviou sinais de telegrafia e de telefonia sem fio (AZZOLIN, 2007).

Considerado precursor nas transmissões de vozes e ruídos, em 1900 (dez anos depois), o padre Landell de Moura obteve do governo brasileiro carta-patente que lhe reconhece os méritos de pioneirismo científico, universal, na área das telecomunicações.

A primeira aparição pública e oficial no País ocorre em 1922, na Exposição Nacional, preparada para os festejos do Centenário da Independência do Brasil. Como parte da solenidade de inauguração, ocorre a transmissão do discurso do presidente da República, Epitácio Pessoa, proferido num dos pavilhões da exposição. Após o discurso, é transmitida a ópera O Guarany, de Carlos Gomes, diretamente do Teatro Municipal.

Ao fim das festividades, a rádio sai do ar e outra transmissão só acontece no ano seguinte.

Em 20 de abril de 1923, instala-se, definitivamente, o rádio no País. Essa data marca a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, a primeira rádio brasileira. Criada por Roquette Pinto e Henry Morize, a emissora tinha como proposta educar pelo rádio.

O idealismo dos pioneiros do rádio se reflete no slogan da primeira emissora do País: "Trabalhar pela cultura dos que vivem em nossa terra e pelo progresso do Brasil". Com base nesses parâmetros, Roquette Pinto definia o novo veículo de comunicação:

O rádio é o jornal de quem não sabe ler; é o mestre de quem não pode ir à escola; é o divertimento gratuito do pobre; é o animador de

novas esperanças; o consolador do enfermo; o guia dos sãos; desde que o realizem com espírito altruísta e elevado (FERRARETTO, 2001, p. 97).

Contudo, ao contrário do que é hoje, o rádio nasce elite. A preocupação com grandes óperas transmitidas pelo rádio, a presença de palavras e de orações rebuscadas, tudo isso marca os primórdios do veículo no Brasil, porque as rádios eram fundadas por clubes ou sociedades, formadas por pessoas ricas, capazes de pagar, mensalmente, quantias necessárias para a manutenção dessas emissoras.

O elitismo do rádio é agravado pelo preço dos aparelhos receptores, que, no início das transmissões no Brasil, são todos importados e muito caros. É uma divergência do que seria o rádio no futuro.

Com o advento dos “reclames”, ou seja, anúncios publicitários, já na década de 1930, o rádio começa a se autossustentar, podendo, assim, determinar uma programação mais voltada para seu verdadeiro público-alvo: a classe mais pobre da população.

Nessa época, o rádio vai abandonando seu perfil educativo e elitista, para firmar-se como um meio popular de comunicação. A linguagem torna-se mais direta e de fácil entendimento; a programação se diversifica e é bem mais organizada, atraindo o grande público.

A década de 1940, a “época de ouro do rádio brasileiro”, é o período em que o rádio mais se desenvolve. A programação se volta ao entretenimento, predominando programas de auditório, radionovelas e humorísticos. Em 1941, a primeira radionovela, *Em busca da felicidade*, e seu principal noticiário, o *Repórter Esso*, são transmitidos pela Rádio Nacional, do Rio de Janeiro (SAROLDI, 1984, citado por FERRARETTO, 2001, p. 111).

Por sua vez, o radiojornalismo ganha forma durante o envolvimento do País na Segunda Guerra Mundial. As técnicas introduzidas pelo *Repórter*

Esso – frases curtas e objetivas, agilidade, instantaneidade e seleção cuidadosa das notícias – são usadas até hoje, na maioria dos jornais falados.

No final da década de 1950, com a popularização da televisão, o apogeu do rádio chega ao fim e as emissoras são obrigadas a redefinir seus objetivos. Nessa reestruturação, o rádio passa a dar mais espaço ao rádio-jornalismo e aos serviços à comunidade.

E, a partir da década de 1960, o rádio ganha novos impulsos com a descoberta do transistor, para substituir as válvulas. O transistor permite a miniaturização dos aparelhos, alimentados com pilhas. Assim, o rádio passa a ser carregado até no bolso, criando o modismo do “portátil” e abarcando uma audiência individual, ao invés da antiga audiência familiar.

Em seguida, surgem outras inovações, como a frequência modulada (FM), o som estereofônico e o quadrifônico. Agora, ouve-se rádio em qualquer lugar: no automóvel, no elevador, no metrô, no ônibus, no barco, nos estádios de futebol e, com o uso de fones de ouvido, até mesmo onde o som possa perturbar o ambiente.

O surgimento da FM provoca um processo de divisão do público, que vai se consolidar na década de 1980, devido à divisão do espectro em dois ramos com características próprias de som e de abrangência.

As estações de amplitude modulada (AMs) concentram-se no jornalismo, nas coberturas esportivas e na prestação de serviços à população. Por sua vez, as emissoras de frequência modulada (FMs) são voltadas para a transmissão da chamada música ambiente. Contudo, ao longo da década de 1970, as FMs conquistam o público jovem, seguindo modelos norte-americanos de programação.

A principal entidade empresarial na área de radiodifusão surge em 27 de novembro de 1962, a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). Na mesma semana, o Congresso Nacional vota o Código Brasileiro de Telecomunicações.

Em 1989, durante o Congresso da Abert, a Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) oferece um novo serviço ao setor, o Radiosat, que começava a modificar o quadro da radiodifusão sonora no País.

Atualmente, as emissoras de radiodifusão estão informatizadas, permitindo (caso queiram) dias sucessivos de programação sem a necessidade de operador. Contudo, a personalidade forte e a instantaneidade do rádio direcionam suas programações em cima do binômio música/informação, sempre que possível, ao vivo.

No Brasil, nas décadas de 1980 e de 1990, os movimentos de transformação social foram acompanhados de inúmeras experiências no campo da comunicação comunitária e, marcadamente, pela expansão do movimento de rádios livres e seu aprimoramento num tipo particular, denominado de rádios comunitárias, caracterizadas pela participação popular em sua administração, na elaboração e na pluralidade cultural de sua programação.

Contudo, a regulamentação oficial das rádios comunitárias só ocorreu após muita mobilização da sociedade, realização de eventos em defesa dessas emissoras e da sua atuação, quando da realização do Fórum Nacional pela Democratização dos Meios de Comunicação no Congresso Nacional.

Participaram do fórum diversas entidades, entre elas a Associação Brasileira de Rádios Comunitárias (Abraço), criada em 1996, como uma entidade de classe para unificar a luta em defesa das rádios comunitárias. Em fevereiro de 1998, o presidente da República sanciona a Lei 9.612/1998 (BRASIL, 1998), que regulamenta o funcionamento dessas emissoras.

A partir dos anos 2000, o ritmo das inovações tecnológicas torna-se ainda mais frenético e, por diversas vezes, chega-se a anunciar a morte do rádio, assim como aconteceu com o advento da chegada da TV aberta,

da TV por assinatura e da internet. Mas o rádio soube adaptar-se e se renovar, a fim de valorizar novos atributos como instantaneidade, interatividade, mobilidade e proximidade com o público. E ampliou seu alcance, aliando-se a sistemas Web, celular, iPod e tablets.

Fundamentos

Pelas ondas eletromagnéticas, usadas para transmitir mensagens sonoras à distância, é possível se ter acesso a entretenimento, educação e informação. O rádio pode oferecer programação variada, contendo música, notícias, discussões, informações de utilidade pública, programas humorísticos, novelas, narrações de acontecimentos esportivos e sociais, entrevistas e cursos.

Esse é um dos meios de comunicação de massa mais antigos e também um dos mais importantes, pois é capaz de levar informações aos lugares de mais difícil acesso, integrando as populações das cidades e dos locais mais afastados, onde, muitas vezes, outros meios de comunicação não têm acesso.

Por ser parte do cotidiano de milhares de pessoas em todo o mundo, o rádio tornou-se o meio de comunicação mais próximo e de mais fácil acesso. Ele desempenha inúmeros papéis e funções, entre os quais destacam-se as capacidades de:

- Influenciar o comportamento de pessoas.
- Criar novos hábitos.
- Atender às demandas simbólicas de lazer, entretenimento, informação e companhia.
- Divulgar novos artistas e a cultura local.

Segundo o radialista inglês Robert McLeish (2001, p. 89), o rádio funciona muito bem na disseminação de ideias, destacando conceitos e fatos. Por suas qualidades, ele é um excelente aliado na educação, podendo servir de instrumento para difusão de ideias e mensagens que visam ao desenvolvimento integral do ser humano, além de motivar a reflexão e a transformação social.

Como meio de comunicação de massa, o rádio possui uma audiência ampla, heterogênea e anônima. Assim, a segmentação de público foi uma das estratégias adotadas por essa mídia para se manter vivo diante do surgimento e do crescimento de outros meios de comunicação.

As rádios locais exploram atributos ligados à cultura regional, promovendo a afinidade com o ouvinte. Por isso, a concepção e a estruturação dos programas radiofônicos devem sempre considerar o tipo de público e seu nível sociocultural. Por causa da segmentação dessa mídia, é preciso adaptar o conteúdo, a linguagem e a abordagem conforme as características específicas do público que pretende atingir.

Apesar do seu poder de criar mensagens na memória dos ouvintes, de promover a criatividade – estimulando o interesse por assuntos, pessoas e eventos antes desconhecidos –, o rádio possui algumas características que limitam seu uso ou diminuem sua eficácia.

Como não oferece contato visual, o rádio depende unicamente do som para transmitir sua mensagem. Por isso, o cuidado com a linguagem deve ser redobrado, visto que deve garantir que o ouvinte continue atento à transmissão.

O aproveitamento do seu conteúdo está estreitamente ligado à capacidade auditiva do receptor, à linguagem radiofônica, à fugacidade, aos tipos de público e às formas de recepção.

Alguns recursos podem ajudar nessa tarefa. A música, os efeitos sonoros e até o silêncio, isoladamente ou combinados entre si, podem

enriquecer, temperar a produção e prender a atenção do ouvinte, compensando a ausência da imagem.

A instantaneidade do rádio é outro limitante desse meio de comunicação, que faz com que sua mensagem seja passageira e fugaz. Por mais esse motivo, é importante que a linguagem usada para transmitir mensagens radiofônicas seja exata, nítida e simples, para que o ouvinte a capte logo na primeira vez que a ouvir, pois toda mensagem radiofônica deve ser entendida no momento único da sua transmissão.

Formatos e gêneros de programas radiofônicos

São vários os formatos que um programa radiofônico pode assumir. Pode também combinar mais de um formato, dependendo do objetivo e do público-alvo da programação.

Também existem gêneros diversificados, que determinam as temáticas que serão abordadas em determinado programa. Destacamos alguns dos gêneros mais comuns:

Educativo – Apresenta conceitos e fatos, seja ilustrando um evento histórico, seja acompanhando o pensamento político. Serve para veicular qualquer assunto que possa ser discutido, conduzindo o ouvinte num ritmo predeterminado por um conjunto de informações.

Musical – A variedade de músicas é mais abrangente que nossa memória, podendo dar ao ouvinte a oportunidade de descobrir formas musicais novas ou que ainda lhe são desconhecidas.

Jornalístico e de utilidade pública – Caracteriza-se pela veiculação de informações de fatos atuais em tempo real e pela prestação de serviço (campanhas de saúde, instruções eleitorais, informações sobre emprego, achados e perdidos, previsão do tempo, desaparecimentos, etc.).

Entretenimento – Oferece diversão ao ouvinte, como humor, promoções, sorteios, etc.

Existem ainda outros gêneros de programas, como esportivo, feminino (moda, culinária, horóscopo, dicas de beleza), ambientalista, religioso, político e de divulgação científica, que devem atender aos objetivos de cada emissora.

Para cada gênero, será também definido o formato para a veiculação das informações, que podem ser: revista, debate, novela, mesa-redonda, boletim, etc.

Projeto radiofônico

Prosa Rural



Histórico do programa

Em 2003, o governo federal passou a priorizar estratégias de combate à fome, à pobreza e à exclusão social materializadas em uma agenda social que teve como instrumento principal o Fome Zero¹. Assim, diversos ministérios e empresas do governo foram convocados a propor projetos e se integrar às políticas sociais em curso.

A Embrapa engajou-se no apoio ao programa e desenvolveu diversos projetos, entre eles, o programa radiofônico semanal Prosa Rural, inicialmente no Semiárido brasileiro, a partir de uma estratégia de ação denominada *Semiárido: subsídios para o projeto programa radiofônico Embrapa – Fome Zero*. Essa ação baseou-se em uma pesquisa realizada em seis estados nordestinos: Alagoas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco e Piauí, onde foram entrevistadas 267 pessoas, mediante contato direto com lideranças locais, técnicos, pesquisadores, agricultores, sindicatos de trabalhadores rurais, estudantes e donas da casa.

Esse diagnóstico apresentou elementos concretos como demandas vinculadas ao calendário agrícola local, às necessidades e aos valores da região com seus componentes culturais. A identificação desses elementos contribuiu para a discussão de um projeto que atendesse às necessidades e aos interesses do público-alvo, que são os agricultores familiares, em relação às pesquisas desenvolvidas pela Embrapa e pelas empresas do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA) e com apoio do veículo rádio — em razão do seu custo relativamente baixo, do seu papel popular e democrático, em termos de uso e de suas funções. Assim nasceu o Prosa Rural — o programa de rádio da Embrapa, inicialmente veiculado no Semiárido brasileiro, o que inclui os nove estados da

¹ O Fome Zero que inicialmente denominou-se como um programa é uma estratégia conformada por um conjunto de programas, projetos e ações de diversos órgãos do Governo Federal, que visa assegurar o direito humano à alimentação adequada, por meio do acesso aos alimentos e à inclusão social (BRASIL, 2016).

região Nordeste e o Vale do Jequitinhonha (MG), e que, a partir de 2005, foi ampliado para as demais regiões do País.

O nome do programa e de seus principais quadros foi escolhido mediante concurso, envolvendo profissionais de comunicação e de transferência de tecnologia da Embrapa e das Oepas. Essa construção colaborativa continua sendo uma característica importante do processo de produção do Prosa Rural.

A proposta do programa não é promover a Embrapa institucionalmente, procedimento largamente adotado nas ações de comunicação social da Empresa, mas divulgar tecnologias de baixo custo e ambientalmente sustentáveis e de fácil apropriação pelos agricultores, apresentando seu funcionamento passo a passo para implantação na propriedade rural, seus benefícios, possíveis desvantagens ou riscos, e quais as suas implicações na prática do agricultor. Para alcançar esse objetivo, o programa faz uso de linguagem simples e coloquial — que fala diretamente com o agricultor, reforçando a importância da oralidade para a aprendizagem no meio rural, além de adotar expressões e terminologias que respeitam e valorizam as características e culturas regionais e os aspectos de cidadania.

O processo de produção do Prosa é descentralizado, pois cada Unidade da Embrapa, ou parceiros, são responsáveis pela indicação dos temas para a programação anual, elaboração do espelho do programa e roteiro, realização das entrevistas com pesquisadores, extensionistas e agricultores, assim como pela definição do quadro cultural e pelas dicas ou receitas vinculadas à tecnologia apresentada.

A equipe coordenadora do programa, situada na Embrapa Informação Tecnológica, é responsável por ajustar os roteiros a partir das informações tecnológicas enviadas pelas Unidades e parceiros, adotar os recursos (músicas, efeitos sonoros entre outros) necessários para tornar o programa mais atrativo, editar, mixar e distribuir os programas para a rede de rádios parceiras.

A definição dos temas que compõem as grades anuais do programa de cada região ocorre mediante a publicação anual de edital aberto para a participação de todas as Unidades da Embrapa, das Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (Oepas) e de outros parceiros externos.

Um comitê de seleção, constituído especificamente para essa finalidade, avalia as propostas submetidas, quanto à adequação da tecnologia ao público-alvo do Prosa Rural, à região de veiculação proposta, à possibilidade de essa tecnologia ser apresentada em linguagem radiofônica, e à sua validação e disponibilidade para os agricultores. A partir daí são escolhidos os 48 programas que compõem a grade anual de cada região (Nordeste/Vale do Jequitinhonha, Norte, Sul e Centro-Oeste/Sudeste).

O programa é veiculado gratuitamente pelo menos uma vez por semana, sempre no mesmo dia e horário, por uma rede de mais de 1.000 rádios parceiras, dentre as quais comunitárias, educativas e comerciais.

Para dar coesão ao programa, um casal de locutores âncora apresenta a tecnologia e os quadros, sempre fazendo uso de uma linguagem descontraída, de analogias e até da dramatização para criar um clima de proximidade com o cotidiano do agricultor.

O formato atual do Prosa Rural conta com cinco quadros, são eles:

- Um dedo de prosa com entrevistas de pesquisadores da Embrapa e instituições parceiras sobre o tema principal do programa;
- Fala produtor, apresenta os depoimentos e entrevistas de agricultores que utilizam a tecnologia;
- Pitacos da hora, utilizam espaço para mostrar receitas ou orientações vinculadas à cultura ou tecnologia apresentada;
- Ao pé do ouvido, quadro que orienta os ouvintes com questões relacionadas à previdência social, leis trabalhistas, documentação rural, acesso a crédito, entre outros, tendo como destaque na região Nordeste as ações do Plano Brasil Sem Miséria; na região Norte, o

Programa Minuto do Sistema Florestal Brasileiro² e, na região Sul, o Momento da Extensão Rural, produzido em parceria com a Emater-RS, substituem o quadro Ao Pé do Ouvido.

- Receitas do Prosa, apresenta receitas fáceis e de baixo custo, de preferência com ingredientes associados à tecnologia em foco;
- Favas Contadas, quadro cultural, tem como proposta valorizar as manifestações culturais de cada região por meio da veiculação de músicas, poesias, contos, causos, aboios e de outras expressões culturais que estabelecem afinidades e identidade própria entre o Prosa Rural e a região em que reside o seu ouvinte.

Uma pesquisa de audiência e avaliação da adequação do programa aos agricultores familiares, realizada em 2010, em 48 municípios dos nove estados do Nordeste, onde o Prosa é veiculado, registrou que o programa tem 4,5% de audiência no universo de potenciais ouvintes do Prosa Rural na região. Outro resultado importante dessa pesquisa foi identificar que, dessa audiência, 1% é fiel ao programa, isto é, ligam semanalmente o rádio especialmente para acompanhá-lo, e desses, 14% se dedicam a atividades relacionadas à agropecuária, tais como “produtor rural”, “lavrador”, “pescador” ou “agricultor”. Esses resultados comprovam que o programa está atingindo, na região Nordeste, uma parcela significativa do seu público-alvo, que é o agricultor familiar, e tem alcançando o seu objetivo de contribuir para a melhoria da produção agrícola e da qualidade de vida desses agricultores.

A coordenação do programa promove anualmente encontros ou oficinas para reunir os profissionais de comunicação e de transferência de tecnologia da Embrapa e das instituições parceiras que atuam no Prosa Rural com o objetivo de melhor capacitar esses profissionais para a produção do programa. A partir de 2012, a Embrapa passou a promover também encontros com radialistas das rádios parceiras, o que tem possibilitado

² Desde 2008, a Embrapa mantém parceria com o Sistema Florestal Brasileiro (SFB) do Ministério do Meio Ambiente, com o objetivo de levar aos agricultores familiares da região Norte informações e campanhas que promovam o uso econômico e sustentável das florestas.

maior entrosamento entre produtores e veiculadores do programa, além de promover a potencialização do Prosa Rural nas ações de comunicação em curso nos municípios onde essas rádios funcionam.

Objetivos do Prosa Rural

O Prosa Rural divulga a pesquisa científica e tecnológica. Ele leva os resultados da pesquisa científica em linguagem fácil e regionalizada para o público, difundindo tecnologias que possam ser aplicadas nas propriedades rurais. Além disso, divulga a cultura local, na forma de cordel, música, conto, poesia e radiodrama.

O Prosa Rural busca contribuir para a democratização do acesso às informações tecnológicas e conhecimentos gerados pela ciência. Assim, procura fortalecer a população rural e despertar o intercâmbio entre o saber científico e o saber do campo, e vice-versa.

Apesar de a veiculação do Prosa Rural ser gratuita, a Embrapa recebe grande procura das emissoras interessadas na sua transmissão. O primeiro programa destinado à Região Nordeste foi enviado em fevereiro de 2004, para cerca de 50 emissoras. Ao final daquele ano, 423 emissoras estavam listadas na mala-direta da Embrapa Informação Tecnológica, e em 2015 ultrapassa a marca de 1.800 emissoras parceiras.

Nossos ouvintes

Num programa como o Prosa Rural, o cuidado com a linguagem é de suma importância, para ajustar a capacidade de oralidade entre a Embrapa e seus diferentes públicos. (José Geraldo Di Stéfano)³.

³ Entrevista concedida pelo Engenheiro-agrônomo José Geraldo Di Stéfano, no Encontro do Prosa Rural 2006, Recife.

Desde sua concepção, o Prosa Rural busca adequar-se aos valores culturais locais e conhecer de perto as atitudes, exigências e características das comunidades para as quais pretende se dirigir, para alcançar maiores chances de aprovação do público-alvo (agricultores familiares) e demonstrar seu compromisso com essas comunidades.

O público-alvo foi definido pela estratégia governamental do Fome Zero. Por sua vez, para o diagnóstico Semiárido: subsídios para o projeto programa radiofônico Embrapa – Fome Zero foram entrevistados representantes de vários segmentos, como estudantes do ensino fundamental e médio de escolas rurais e agropecuárias, jovens agricultores com idade entre 14 e 25 anos, donas de casa, associações e sindicatos rurais, e principalmente agricultores familiares afastados dos principais centros urbanos, para conhecer melhor suas expectativas e interesses quanto ao conteúdo do programa.

Nesse cenário, por meio do rádio, a Embrapa consegue disseminar tecnologias desenvolvidas pela pesquisa para um público que antes não atendia e que, em muitos casos, estava excluído do acesso às soluções tecnológicas e inovações agrícolas.

No entanto, para que essa atividade continue tendo êxito, é importante que se tenha sempre em mente o público-alvo, seu modo de vida, seus valores, faixa etária, profissão, entre outros elementos que o definem. É importante, destacar o papel educativo do rádio para a população rural, cuja aprendizagem ainda está fortemente relacionado à oralidade. Também é necessário superar algumas dificuldades para alcançar esse público-alvo, como sugere Ellen Wortmman⁴.

Aproximar quem fala de quem ouve:

Quem fala (“nós”, a equipe do Prosa Rural) – tem cultura letrada (literacy).

⁴ Entrevista concedida pelo por Ellen Wortmman em palestra proferida no Encontro do Prosa Rural 2006, Recife.

Quem ouve (agricultor e jovem rural) – público que tem uma lógica diferente da nossa; um “caminho de pensamento” diferente, baseado na oralidade (orality).

A diferença entre a cultura de quem fala e a de quem ouve pode causar problemas na comunicação, gerando incompreensão e mesmo rejeição ao programa. Por isso, a adequação e a harmonia vocabular (padronização da linguagem), o respeito e a valorização da cultura do ouvinte são fundamentais na produção do Prosa Rural.

Valorização da cultura local

Uma forma de permanecer em sintonia com o público-alvo é valorizando a cultura local ou regional. Para isso, é importante que cada programa apresente:

Músicas nativas (regionais).

- “Causos”, nas regiões onde esse tipo de narrativa é comum.
- Poesias de autores da região.
- Contos que retratem a cultura e as credences regionais.

Nota: a assinatura e o envio do Termo de Autorização de autores de músicas, contos, cordel, poesias, “causos” e outras formas de expressão cultural são imprescindíveis para sua veiculação no programa, a fim de se evitar problemas futuros com direitos autorais.

Processo de produção

O processo de construção do Prosa Rural é fragmentado, envolvendo as equipes das Unidades de Pesquisa da Embrapa e das Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (Oepas).

De acordo com a programação dos temas, estabelecida para cada ano e para cada região, as Unidades de Pesquisa e as Oepas produzem os

áudios (entrevistas, dicas, receitas, participação cultural, depoimentos) e, as informações sobre o tema⁵.

O documento escrito enviado para apoiar a elaboração do roteiro deve ter conteúdo diferente do que for dito na entrevista, para que as informações sejam complementares, e não redundantes.

Todo o material é enviado para a equipe do Prosa Rural, em Brasília, DF, onde o programa recebe sua forma final, com roteiro, locução, edição, mixagem, aprovação e copiagem, sendo, em seguida, enviado às rádios cadastradas, via correios, e ainda colocado à disposição dessas rádios para serem baixados pela internet, no sistema do Prosa Rural.

As rádios que querem se cadastrar enviam seus dados para a equipe do Prosa Rural em Brasília ou podem acessar o sistema disponível no site (www.embrapa.br/prosa-rural-radios-parceiras). Essas rádios recebem, em CD, os programas para a veiculação no mês ou podem optar por baixá-los pela internet, semanalmente.

Definição dos temas do programa

O *Prosa Rural* tem 15 minutos de duração, abordando, de forma clara e acessível, temas sobre tecnologias de baixo custo, fácil adoção e ambientalmente sustentáveis para a região onde é veiculado, e que tenham aplicação prática no dia a dia.

As programações anuais, com 48 temas para cada região, são apresentadas pelas Unidades da Embrapa e Organizações Estaduais de Pesquisa (Oepas), via edital.

As propostas apresentadas – com os respectivos resumos de impacto econômico e social para a agricultura familiar, disponibilidade da tecnologia e períodos indicados para a veiculação dos programas em cada região – são

⁵ [...] e um pré-roteiro para apoiar a elaboração e a edição do roteiro final.

avaliadas por um comitê de seleção, constituído especialmente para essa finalidade.

Um bom programa parte de boas propostas. Por isso, para auxiliar no processo de seleção dos temas, o comitê de seleção adota um formulário com quesitos para avaliação dos temas apresentados, tais como:

- Adequação do conteúdo ao veículo rádio.
- Pragmatismo: possibilidade de aplicação à realidade do produtor.
- Potencial do impacto socioeconômico presumido.
- Atualização do conhecimento do produtor.
- Custo de implantação da tecnologia, produto e serviço (TPS).
- Grau de independência para a adoção da TPS.
- Impacto positivo da TPS no meio ambiente.
- Adequabilidade às linhas temáticas do edital.
- Universo de público a ser atingido com a TPS.
- Identidade com a região.
- Garantia de que a tecnologia já está validada e disponível para uso pelos agricultores.

A partir do resultado da avaliação das propostas recebidas, a grade de programação é elaborada e apresentada para a Diretoria-Executiva da Embrapa e respectivas Unidades participantes, para ajustes finais.

Estrutura do *Prosa Rural*

O Prosa Rural apresenta a seguinte estrutura:

Jingle (abertura), seguida de vinheta institucional.

(Referência: PMG 1 Centro-Oeste 2015).

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/01_Vinheta_de_abertura.mp3



Um Dedo de Prosa – entrevista com especialista na tecnologia a ser divulgada.

(Referência: PGM 19 Norte - Produção de óleo de andiroba com mais qualidade e rendimento).

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/02_Dedo_de_prosa.mp3



Fala Produtor – quadro destinado a dar voz a quem já usa a tecnologia divulgada pelo programa.

(Referência: (PGM 19 Norte - Produção de óleo de andiroba com mais qualidade e rendimento).

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/03_Fala_produtores.mp3



Pitacos da Hora – quadro com dicas em geral, que busquem enfatizar algo sobre a tecnologia apresentada. Com informações simples e curtas, esse quadro não comporta perguntas e respostas, mas é bastante versátil, pois, nele, cabem: um passo a passo da tecnologia; um acréscimo relevante, seguido de uma conclusão; um lembrete, um alerta, uma advertência ou mesmo dicas de economia, de descarte de embalagens de agrotóxicos, de aproveitamento alimentar ou de material orgânico para adubos, por exemplo.

(Referência: PGM 19 Centro-Oeste/Sudeste – Aproveitamento de materiais orgânicos na produção de húmus)

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/04_Pitacos_da_hora.mp3



Receitas do Prosa – quadro criado para integrar o segmento feminino, com receitas fáceis e de baixo custo, de preferência com ingredientes associados à tecnologia em foco.

(Referência: PGM 19 Norte – Produção de óleo de andiroba com mais qualidade e rendimento)

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/05_Receitas_do_prosa.mp3



Favas Contadas – tem o objetivo de conservar a história, a cultura, as tradições, as lendas e os mitos populares, abrindo espaço para artistas locais por meio de músicas, poesias, cordel.

(Referência: PGM 12 Nordeste - Planejamento e manejo reprodutivo de ovinos e caprinos)

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/06_Favas_contadas.mp3



Ao Pé do Ouvido – quadro voltado para campanhas de utilidade pública, serviços e espaço para a extensão rural. Comporta tanto entrevistas quanto dicas.

(Referência: PGM 31 Norte - Potencial alimentício e mercadológico da carne de peixe)

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/07_Ao_pe_do_ouvido.mp3



Telefones de serviço (telefone 0800 disponível para os ouvintes tirarem dúvidas sobre os temas veiculados).

0-800-646-11-60

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/08_Vinheta_telefone_0800.mp3



Encerramento institucional e jingle final

(Referência: PGM 10 Sul - Encerramento institucional e jingle final)

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/09_Vinheta_de_encerramento.mp3



Chamada para o programa: sonora com 45" (38" para a janela de locução, 7" para as vinhetas), com viés publicitário, que tem o objetivo de despertar a curiosidade do ouvinte sobre a tecnologia a ser apresentada.

(Referência: PGM 10 Norte - Adubação de solos no Cerrado Amazônico)

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/10_Chamada_45%20seg.mp3



Entre os quadros acima listados, há dois que são fundamentais nos programas – o Dedo de Prosa e o Fala Produtor, em razão de uma relação que se pretende evidenciar sobre uma mesma tecnologia. Enquanto no primeiro é a Embrapa quem a apresenta, no segundo é um usuário quem a comenta. Ao darmos voz a um produtor, esse mesmo produtor apresenta a seus pares os resultados obtidos a partir da utilização da tecnologia em foco.

A *Chamada para o Programa* substitui o antigo *Anúncio* do próximo programa. Isso porque as rádios costumam reprisar os programas, e tem liberdade para fazê-lo, independentemente de sequência cronológica. Assim, o Anúncio do próximo programa, em diversas ocasiões, anunciava algo que não viria a ser apresentado.

A opção recaiu, então, sobre a *Chamada para o programa* (para o próprio programa) e deve figurar no final do roteiro, após os créditos. Mas, é gravada em faixa separada. Esse expediente dá às rádios mobilidade para anunciar, antecipadamente, ao longo da programação, o programa Prosa Rural que de fato vier a ser veiculado.

O viés publicitário do texto da *Chamada para o Programa* faz com que esse recurso se torne um chamariz para o ouvinte. Esse texto gravado deve, necessariamente, chamar o tema do próprio programa, conter uma frase com a ideia central do tema/benefícios, o nome e a procedência do especialista na tecnologia a ser divulgada e o bordão final: "... não perca o *Prosa Rural*. O *Prosa Rural* é o programa de rádio da Embrapa". É preciso que estejamos atentos para não descrever o *modus operandi* da tecnologia, pois, para saber mais, o produtor terá de ouvir o Prosa Rural. Logo, o modelo e o tamanho dessa Chamada para o programa diferem, e muito, do formato de um release tradicional. Assim, a chamada foi padronizada em 45 segundos (38" para a locução e 7" para as vinhetas).

Outro quadro que merece atenção é o *Ao pé do ouvido* que foi idealizado para levar ao ouvinte do *Prosa Rural* informações de interesse social, que possam ser úteis ao seu dia a dia. Inicialmente, as informações desse quadro eram, basicamente, voltadas para a prestação de serviços, onde os conteúdos como campanha de vacinação, prazo para renovação de cadastro de aposentadoria junto ao INSS, importância da carteira de trabalho, campanhas em defesa dos direitos das mulheres, entre outros, eram divulgados sistematicamente, porém dentro de um calendário programado no início de cada ano.

No decorrer das diversas edições do *Prosa Rural*, percebeu-se a necessidade de se inserir nos programas informações sobre ações e campanhas coordenadas ao longo do ano pela Embrapa e Parceiros, e que cuja divulgação são de extrema importância para o agricultor. Assim, o *Ao pé do ouvido* se constituiu como uma alternativa para o atendimento à essas demandas dinâmicas. Essa flexibilidade do quadro também permitiu a divulgação de outras ações desenvolvidas pelos parceiros e pela Empresa em torno de políticas públicas, tais como o Fome Zero e o Plano Brasil Sem Miséria (PBSM), em articulação com os Ministérios do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e do Desenvolvimento Agrário (MDA); do Ministério do Meio Ambiente (MMA) com o *Minuto do Serviço Florestal Brasileiro*, as demandas das Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (Oepas) e da extensão rural, com o Momento da Extensão Rural.

Dessa forma, o *Ao pé do ouvido* tornou-se um quadro “coringa” dentro do programa, flexibilizando mais o formato original do *Prosa Rural*, permitindo, a qualquer tempo, inserções institucionais variadas, de acordo com os mais diversos contextos que ocorrem ao longo do ano, e sem prejuízo para os demais quadros do programa.

Elaboração do roteiro

No caso de divulgação de ciência e tecnologia, ao se escolher um tema, é importante delimitá-lo. Um assunto amplo demais acabará não sendo abordado por completo. Diante de tal situação, é importante destacar apenas um aspecto da tecnologia, aquele que é o mais importante. Nesse caso, vale a pena omitir os outros aspectos, para não cair na superficialidade.

Por isso, o planejamento e a elaboração de um roteiro são fundamentais para se definir a estrutura do programa. Uma sugestão é pensar as seguintes etapas:

- Definição do que será apresentado no programa, isto é, quais os argumentos que serão discutidos.
- Disposição dos argumentos numa ordem, ou seja, planejar começo, meio e fim, de acordo com o objetivo proposto.
- Desenvolvimento do modo de apresentação dos argumentos.
- Definição dos recursos específicos que serão usados.

É oportuno reforçar que elaborar um texto de divulgação científica não é apenas resumir os aspectos de uma pesquisa em termos simples, mas descrever com clareza, concisão e simplicidade, finalidade, etapas, resultado, aplicação, praticidade e vantagens e tudo mais que for de interesse do ouvinte.

É importante, também, encontrar um fio condutor para ligar todos os elementos que escolheu para abordar no programa, de forma coerente, lógica, dinâmica e até original.

Cada informação do texto deve se apoiar nas informações precedentes, encadeando-se de maneira natural, sem quebras.

Com as informações em ordem, é hora de elaborar o roteiro, que é o original escrito do programa radiofônico. Nele, estão inseridos os textos do(s) locutor(es), os destaques da fala, a pronúncia correta, as inserções de entrevistas, os efeitos sonoros, as músicas, entre outros.

A apresentação do Prosa Rural é feita por um casal de locutores, para dar mais ritmo ao programa. Nesse caso, o estilo predominante é o diálogo.

No entanto, em alguns momentos, ao se apresentar um tema baseado em tecnologias ou em produtos, é usada a descrição ou a narração, para contar uma determinada experiência ou contextualizar o tema do programa.

O texto deve seguir as orientações da linguagem radiofônica: simplicidade, concisão, além de informações de fácil compreensão, que possam ser colocadas em prática pelo público-alvo e, sempre que possível, aproximar-se da realidade das pessoas, mostrando de que forma aquele assunto afeta seu dia a dia.

O texto também pode relatar o porquê da pesquisa, a motivação para realizá-la, mas deve evitar formulações teóricas e abstratas. Diante da impossibilidade de evitá-las, é importante explicar e exemplificar amplamente os termos técnicos, colocando-se no lugar do ouvinte e procurando-se pontos de identificação e de empatia.

Em se tratando de estilo, quanto mais clara for a mensagem, mais objetivo e eficaz ele será, tornando-se também melhor relacionado com o modo de falar e de se comunicar do público-alvo. Assim, o estilo pode incorporar jargões, chavões e expressões usadas pelo público. Também é válido tentar surpreender, impressionar, persuadir, aconselhar e encorajar, não apenas informar.

Para quem se propõe a escrever um roteiro, é importante ter em mente que as palavras devem transportar o ouvinte para o contexto que está sendo apresentado, despertando seu interesse e conquistando sua atenção.

O roteiro de rádio

O roteiro de rádio é uma ferramenta que norteará o programa radiofônico. Apesar de ser estrutura provisória que posteriormente será, em tese, descartada (já que seu único objetivo é o de servir de “ponte” entre o material bruto e o programa de rádio propriamente dito), o roteiro necessita trazer consigo elementos essenciais, dotados de unidade, capazes de levar a cabo sua função. Até a realização material do programa de rádio, o roteiro pode sofrer alterações que o aproximem mais daquilo que se deseja expressar no produto final. Em suma, o roteiro pode ser definido como um mapa detalhado de um programa, com todas as indicações técnicas e artísticas de um programa, no nosso caso, radiofônico.

Muitos roteiros sofrem mudanças até na hora da gravação do programa; coisa muito comum, como ocorre quando o editor descobre algum lapso na redação e esta necessita ser corrigida ou quando se resolve excluir algum trecho do roteiro final por questões de clareza ou simplificação.

Planejamento do roteiro

O planejamento de um roteiro é uma etapa importantíssima para o sucesso de um programa do Prosa Rural. Por meio do planejamento, o roteirista consegue identificar os pontos fortes e fracos do tema a ser abordado e como será o enfoque do programa. Poderá também identificar: que quadros serão mais efetivos para carrear a mensagem principal e de que maneira isso será feito; quem serão as fontes de informação mais apropriadas para o tema; o que cada fonte abordará, evitando duplicidade de informações e permitindo que uma complemente a outra, enfim, a etapa de planejamento de um roteiro ajuda o roteirista identificar também o que pode e o que não deve ser abordado naquela edição, além de facilitar a decisão pela realização de outro programa contendo um enfoque mais aprofundado sobre um mesmo tema.

Até chegar à fase de roteirização, é importante que o roteirista se encarregue de uma série de ações e tome decisões fundamentais, como por exemplo: Definir a linha do programa (abordagem) e o nível de profundidade que se pretende atingir dentro do tema. Nesta etapa, a simplificação do escopo é importantíssima. A simplificação do escopo nada mais é do que um recorte do tema a ser tratado, já que, por questões de limitação de tempo e de público, não será possível abordar todos os subtópicos de um dado tema. Em seguida, é necessário que o roteirista tenha um domínio mínimo acerca do tema e para isto deve se cercar de material escrito ou audiovisual disponível.

Depois, o profissional deve ouvir as entrevistas (previamente gravadas seguindo alguns critérios que podem ter sido planejados no “espelho do programa”), verificando com precisão que trechos podem ser aproveitados no roteiro e que trechos serão descartados. O roteirista deve igualmente reunir outros materiais que integrarão os demais quadros, como a canção que fará parte do quadro Favas Contadas, radiodrama e outras sonoras dos demais quadros.

A inserção dos trechos das sonoras no roteiro deve ser feita indicando claramente a deixa de entrada e deixa de saída, como no exemplo abaixo:

Exemplo: ROTEIRO PGM 04 Nordeste/Vale do Jequitinhonha – 2015 – Rizicultura irrigada para o Baixo São Francisco

http://www.sct.embrapa.br/audios-manual-prosa/PGM_04_NORDESTE_2015.mp3



	Laura	Com toda essa produtividade deve ser vantajoso mesmo cultivar o arroz, mas será que para o pequeno agricultor essa cultura também traz vantagens?
	Walmir	Vamos ouvir o que o pesquisador fala sobre isso.

<p>Continuação entrevista: Entrevista pesquisador Ricardo M. <<2' 20" - Como o arroz... >> 3' 35" ...outras atividades da mesma área. Tempo: 1'15"</p>		
--	--	--

No exemplo acima, é importante que se indique claramente em que minuto da sonora começa a fala do pesquisador que aproveitaremos, em que minuto ela termina e a duração daquele trecho.

O espelho de programa

A etapa de planejamento torna-se mais prática com a utilização do recurso do "espelho do programa", também conhecido como "esqueleto" ou ainda "escaleta". Essa ferramenta nada mais é do que a tentativa de planificação daquilo que será o roteiro, que, por sua vez, se transformará no programa final.

Não existe uma forma única de se criar um espelho de programa. Cada profissional pode criar seu próprio modelo de espelho, desde que obtenha o mínimo de informações a partir das quais criará seu roteiro, como: o título do programa, os blocos, as entrevistas em áudio que serão usadas, os BGs, as canções, os locutores, enfim, todo o subsídio para compor o programa.

Já tendo as informações em mãos, o roteirista pode esquematizar seu espelho numa folha de papel dividida em colunas, de modo que vá sequenciando os materiais que farão parte do programa por ordem em que figurarão, como exemplificado a seguir.

Espelho de produção de rádio

Título:	Método alternativo de criação de galinha caipira
PGM N°	52
Unidade da Embrapa:	Embrapa _____
Roteirista:	Fulano de Tal
Data:	___/___/_____
Vinheta de abertura	
Loc	Loc1 e Loc2 iniciam o programa com uma brincadeira entre eles para abordar o tema principal.
Vinheta “Um Dedo de Prosa”	
Entrevista:	Jornalista entrevista o pesquisador da Embrapa. Assunto: O que é o método alternativo.
Loc	Loc 1 agradece aos participantes da entrevista e Loc2
Vinheta “Favas Contadas”	
Canção “ _____ ”, autoria de _____. (Obs.: falta conseguir a autorização de veiculação!)	
Vinheta “Favas Contadas”	
Loc	Volta da música
Loc	Chama o próximo bloco de entrevista com um segundo pesquisador
Entrevista:	Jornalista conversa com o pesquisador sobre como implementar a tecnologia na prática.
...	...

O espelho mostra um esquema da programação do início ao fim do programa. Com isso, fica mais fácil para o roteirista visualizar a programação, verificando onde pode ocorrer falhas, de forma que possibilite fazer os devidos ajustes na blocagem para adequar melhor o tema, trocando os blocos de lugar ou mesmo inserindo um novo bloco no ponto mais apropriado, seja no início, meio ou no final. E a partir dessa estruturação, o roteirista pode começar a escrever o texto definitivo (script), contendo todas as falas tal e qual devem ser lidas pelos locutores.

Os elementos do roteiro radiofônico

De uma maneira geral, um roteiro de rádio contém indicações da parte técnica e indicações de locução. As rubricas são as indicações de como deve ser lida determinada fala do locutor, por exemplo, e as marcas são as ambientações e ações que um roteiro possa ter, quando precisa lançar mão de dramatizações (tanto na locução propriamente dita, como nos materiais dramáticos que entram à parte das locuções).

Alguns elementos do roteiro de rádio: Cabeçalho (contém as informações referenciais: título, data, autor, editor, etc.); Locução (abreviada para “Loc” - indicação da sequência de falas dos locutores; quem fala); Técnica (informações técnicas, abreviada para “Tec” - BG, vinhetas, rubricas e marcas, bem como a música ou trilha); Texto para os locutores; Ficha técnica / Créditos (assinatura final e outros dados técnicos do programa, como produção, realização, edição de áudio, domínio de conteúdo, etc).

No roteiro do Prosa Rural, em vez de utilizarmos “Loc” para locutor, preferimos indicar o nome do locutor propriamente dito; pois fica mais pessoal, já que o programa utiliza um casal de locutores.

Formatação do roteiro de rádio

No Prosa Rural, utilizamos a formatação da lauda em três colunas, em que figuram: as indicações técnicas (na coluna da esquerda), a locução (na

coluna central) e o texto a ser lido (na coluna da direita). A fonte deve ser Arial 16, em caixa alta e baixa. Isto é muito importante pois facilita sobremaneira a leitura dos locutores. Utilizamos também um espaçamento de 1,5 entre linhas e, por fim, texto não-justificado, com utilização de cores (vermelho, azul e verde) para definir os locutores, técnica e outras indicações, que ajudam a caracterizar bem o que cabe a cada um. Torna-se imprescindível a numeração das laudas, uma vez que isto contribui para a ordenação do trabalho e evita-se confundir a sequência do texto.

Como o roteiro é uma peça criativa única, a cada novo roteiro é bom também evitar copiar o modelo anterior. Busque a criatividade para que o roteiro brilhe por si só, dentre inúmeros outros.

Quando em determinado ponto o locutor precisar “chamar” uma entrevista, devemos fazer com que a “deixa” do locutor já indique quem inicia a fala seguinte. Observe o exemplo abaixo. Nele temos as falas do locutor e da locutora, seguidas da vinheta do quadro (*Um Dedo de Prosa*) e das falas do repórter-entrevistador e do pesquisador entrevistado:

	Walmir	Agora vamos saber quais foram os resultados dessa nova técnica, no <i>Dedo de Prosa</i> com o pesquisador João José.
	Laura	Quem conversou com ele foi o jornalista Pedro Henrique
Vinheta <i>“Um dedo de prosa”</i>		
	Pedro Henrique	Pesquisador, quais foram os resultados... ?
	Pesquisador	Bom, para chegar aos resultados...

Observe, que no exemplo acima, a locutora dá a deixa com o nome do jornalista, porque no trecho da gravação utilizado é o jornalista quem inicia falando. Se fosse utilizado outro trecho, em que o pesquisador iniciasse

falando, uma boa opção de deixa seria aquela que menciona o nome do pesquisador por último:

	Walmir	Agora vamos saber quais foram os resultados dessa nova técnica, no <i>Dedo de Prosa</i> .
	Laura	O jornalista Pedro Henrique conversou com o pesquisador João José, da Embrapa x.
Vinheta " <i>Um dedo de prosa</i> "		
	Pesquisador	Bom, para chegar aos resultados, a gente fez um levantamento ...

A inserção dos trechos das sonoras no roteiro deve ser feita indicando claramente a deixa de entrada e a deixa de saída, como no exemplo abaixo:

Walmir ... Muito legal! E o que temos agora, Laura?

Laura: Agora vamos ouvir algumas dicas do pesquisador sobre como iniciar a criação de galinha caipira. Vamos ouvir?

Entrevista pesquisador Fulano de Tal.

entrevista_fulano.mp3

<< 02':30" - Para a implantação do sistema.... >> 3':30" ... ou seja, é tudo muito simples - Tempo: 30"

Exemplo: ROTEIRO PGM 04 Nordeste/Vale do Jequitinhonha – 2015 – Rizicultura irrigada para o Baixo São Francisco

<https://www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2514050/prosa-rural---rizicultura-irrigada-para-o-baixo-sao-francisco>



Exemplo de roteiro

	Laura	Com toda essa produtividade deve ser vantajoso mesmo cultivar o arroz, mas será que para o pequeno agricultor essa cultura também traz vantagens?
	Walmir	Vamos ouvir o que o pesquisador fala sobre isso.
Continuação entrevista: Entrevista pesquisador Ricardo M. <<2' 20" - Como o arroz... >> 3' 35" ... outras atividades da mesma área. Tempo: 1'15"		

A linguagem do rádio

A linguagem do rádio normalmente contempla um público diversificado e por isso deve ser acessível a todos: simples, coloquial e evitar o uso de gírias (porque restringem sua abrangência a um determinado grupo de pessoas). As frases e orações precisam ser curtas e preferencialmente seguir a ordem direta: sujeito + verbo + complemento. Esta é uma regra de ouro na linguagem radiofônica. Orações com frases intercaladas dificultam o entendimento em sua oralidade e, sendo assim, devem ser evitadas a todo custo. Nos casos mais complexos, é preferível desmembrar a oração em duas ou mais frases simples e curtas. Como a oralidade em si é muito "volátil" e efêmera, torna-se necessário um cuidado especial na

escrita para o rádio. O importante é buscar fazer o ouvinte entender o enunciado das frases, da maneira mais simples e direta possível, o que nos permite certo nível de redundância no discurso radiofônico.

Atenção igualmente especial deve ser dada ao uso de palavras ou termos científicos. Nestes casos, torna-se necessário explicar o enunciado em linguagem simples, imediatamente depois. Quando houver necessidade de se utilizar palavras estrangeiras, devemos fazê-lo com muita parcimônia e teremos o cuidado de escrever a pronúncia na coluna reservada para a técnica, no roteiro. O locutor, por sua vez, deve atentar para a pronúncia correta da(s) palavra(s) estrangeiras, sem, no entanto, soar pedante ou incompreensível para o ouvinte. Existem palavras estrangeiras cuja pronúncia tornou-se mais aproximada do modo de falar do brasileiro, dispensando uma pronúncia mais acurada, tais como *site*, *commodities*, *leiaute*, entre outras).

Alguns dos princípios básicos da linguagem radiofônica seguem diretivas de objetividade e coloquialidade: seja breve, vá direto ao ponto, mas cativa seu ouvinte com momentos espirituosos e bem-humorados. Busque a simplicidade e a clareza; seja didático e preciso; e lance mão dos recursos próprios do rádio para fazer-se entender bem. Como a linguagem do rádio não é simplesmente a fala, pode-se usar recursos sonoros como som ambiente ou som de algum aspecto da realidade (uma máquina funcionando; o ruído de algum animal caminhando pelo mato ou mesmo o ruído que ele utiliza em sua comunicação com outros de sua espécie).

Embora o rádio seja de certa forma redundante em sua linguagem, no texto para este meio deve-se evitar a repetição de palavras numa mesma frase ou na frase seguinte, quando estão muito próximas uma da outra. Tais repetições, antes de representarem redundância, podem tornar-se cacofonia e provocam mesmo “interferências” no processo cognitivo do

ouvinte, dificultando o adequado entendimento do enunciado. Se preciso, repita a informação com outras palavras. Exemplos clássicos de cacofonia ou cacófato são:

ela tinha (latinha).

- boca dela (bocadela).
- por cada (porcada).

Dicas para adequação da linguagem do rádio

Atenção para o uso de palavras ou termos científicos;
Atenção para o uso de palavras estrangeiras que não sejam muito comuns na cultura do ouvinte;
Evite repetição de palavras na mesma frase ou frase seguinte;
Evite rimas, a menos que este efeito seja intencional, para despertar algum efeito desejado no ouvinte;
Evite palavras de duplo sentido;
Evite cacofonias.

Para evitar a repetição, por exemplo:

- alterne o uso de siglas com os respectivos nomes por extenso;
- use sinônimos; alterne o nome e o apelido, desde que um e outro fiquem bem definidos para o ouvinte;
- alterne nomes e função/atividade.

Algumas alternativas para o verbo “falar”, que podem ser usados ou não, dependendo do contexto e do sentido da frase: afirmar, explicar, informar, esclarecer, argumentar, opinar, comentar, advertir, criticar, responder, questionar, ressaltar, negar, ponderar, discutir, insinuar, ironizar, concluir.

Outras dicas de linguagem na roteirização para o rádio

As palavras não devem ser separadas silabicamente no roteiro; isto é ruim para a leitura dos locutores;

As frases não devem ser quebradas no final de cada lauda ou bloco;

Utilize períodos curtos: uma oração, uma ideia; se necessário, desmembre em várias frases;

Prefira a utilização da voz ativa, pois é mais assertiva, comunica melhor. Somente em alguns poucos casos é que a voz passiva deve ser usada. Exemplos : em vez de “No evento, foram lançadas várias tecnologias...”, diga: “A Embrapa lançou várias tecnologias no evento”. A voz ativa estimula a construção de frases com um lead mais completo: quem faz o quê, onde, quando e como.

A linguagem do rádio é essencialmente coloquial, perfeita para uma proximidade entre locutores e o ouvinte. Portanto, fale diretamente ao seu ouvinte, no singular. A experiência de ouvir o rádio é algo individual; a fruição de um programa de rádio é algo individual, embora o veículo em si seja eminentemente coletivo. O Prosa Rural é uma conversa sua, como roteirista, com o ouvinte, por meio dos locutores. Busque esse estado de coloquialidade como numa conversa em um café. Escreva como se estivesse realmente conversando com alguém. Por exemplo, no dia a dia, a grande maioria das pessoas quase nunca diz: “Hoje vou INICIAR um trabalho...” e sim: “Hoje vou COMEÇAR um trabalho...”. Exemplos como esse devem ser buscados e empregados no roteiro. Basta ficar atento a sua conversa no dia a dia com as pessoas de seu convívio para colher exemplos que podem ser muito bem usados num roteiro do Prosa Rural.

Exemplos de termos que denotam coloquialidade

Em vez de usar:	Decida se é melhor usar, sem prejuízo do sentido:	Exemplo:
Existe	Tem	Tem alguns métodos de plantio que funcionam melhor que outros;
Há	Existe; tem	Existem pessoas que preferem os métodos alternativos;
Iniciar	Começar	O agricultor começou o trabalho de capina;
Fala-se; sabe-se; percebe-se	A gente fala; a gente diz. A gente sabe; a gente percebe.	
Em alguns casos, podemos utilizar: nós falamos, nós dizemos, etc.	A gente percebe a mudança real que está acontecendo na propriedade;	
O qual, a qual, os quais, as quais	Que	Este controle biológico, que foi considerado eficiente...
Cujo(s), cuja(s)	Que	Raimundo é o agricultor, que tem filhos que participam da cooperativa (Esta oração é muito mais coloquial que: Este é o agricultor, cujos filhos participam...).

Atenção especial deve ser dada igualmente ao encadeamento entre os blocos de informação. É preciso criar um “link” entre um bloco e outro, como numa conversa informal. Algumas expressões de ligação podem e devem ser usadas para esta função, como por exemplo: “muito bem, então...”; “então, agora...”; “agora que você já ficou sabendo sobre x, vamos contar pra você...” Além dessas, existem outras tantas expressões de ligações que usamos no nosso dia a dia.

Com relação a siglas, use somente aquelas que são de amplo conhecimento do público (Ex.: IBGE). Prefira primeiramente indicar a sigla e o que esta significa, antes de usá-la outras vezes no roteiro. Então, empregue na primeira vez: IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Nas próximas vezes que esta sigla ocorrer ao longo do roteiro, podemos usá-la individualmente, mas é sempre bom, dependendo da quantidade de ocorrências no programa, usar a forma por extenso também.

E no tocante a outras abreviaturas (por exemplo: Sr., Km), escreva por extenso no roteiro. Isto evita ambiguidades ou dúvidas quando forem lidas pelo locutor.

Dicas para o uso de números

Números: no roteiro, prefira a redação por extenso; em alguns casos, a pedido dos locutores, por exemplo, utilize a forma de numerais;
É preferível arredondar números para facilitar o entendimento pelo ouvinte, mas cuidado ao fazê-lo para não distorcer a realidade;
Números fracionados: 5,8 milhões - use: cinco milhões e oitocentos mil e não: cinco vírgula oito milhões;
Índices: 2,15% - No roteiro, escreva: dois vírgula quinze por cento; 7% - escreva: sete por cento (por extenso);
Quantias: R\$ 2,00 - empregue: dois reais (por extenso).

Cuidados com o conteúdo técnico

O objetivo do Prosa Rural é divulgar os resultados da pesquisa científica e tecnológica de forma simples e sem sisudez. Por isso, é importante que as equipes de produção do programa tenham constante zelo e empenho com o conteúdo técnico a ser apresentado, quando das entrevistas com especialistas no assunto e da abordagem do tema.

Os cuidados principais que as equipes responsáveis pela produção do programa devem ter com relação ao conteúdo são:

Detalhamento da tecnologia – Os detalhes da tecnologia em foco são de suma importância. Por isso, a tecnologia apresentada deve ser explicada logo no início do programa, mas sem chatear o ouvinte com detalhes desnecessários ou com excesso de informação.

ROTEIRO PGM 15 Centro-Oeste/Sudeste – 2014 – Produção de suínos em família: modelo alternativo para a suinocultura

<https://www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2286310/prosa-rural--producao-de-suinos-em-familia-modelo-alternativo-para-a-suinocultura>



Exemplo no roteiro:		
Abertura Institucional		
	Aline	Olá, Walmir, olá minha gente! Chega junto, que nossa prosa tá só começando!
	Walmir	Olá, Aline! Oi, meu povo! A prosa tá só começando e hoje tá danada de boa!
	Aline	Ah, é? E você pode contar pro ouvinte por que tá danada de boa?
	Walmir	Claro que sim! É que hoje vamos falar sobre a produção de suínos em família!

	Aline	Isso! É um modelo alternativo para a suinocultura. Quem ainda não conhece, vai ter a chance de conhecer e, quem sabe, vai poder colocar em prática essa tecnologia boa que vem da Embrapa Suínos e Aves!
	Walmir	A Embrapa Suínos e Aves fica em Concórdia, Santa Catarina!
	Aline	Muito bom, Walmir. /// E você sabe que a Embrapa Suínos e Aves tem uma frase que define bem o sistema proposto. A frase é: Manter a família sempre unida!
	Walmir	É isso aí! A produção de suínos em família faz com que os leitões nascidos de uma porca fiquem juntos desde o nascimento até o abate.
	Aline	No sistema convencional, acontece diferente: os leitões de várias porcas ficam juntos a partir de uma certa idade, em baias que abrigam de vinte a trinta animais.
	Walmir	As pesquisas da Embrapa indicaram que essa prática garante boa produtividade, mas aumenta a chance dos leitões ficarem doentes porque sofrem muito estresse.
	Aline	Já na produção de suínos em família isso não acontece tanto, o que reduz a necessidade de antibióticos.
	Walmir	Vamos ouvir o que o pesquisador Nelson Morés disse ao nosso jornalista Jean Vilas Boas, da Embrapa Suínos e Aves, sobre o sistema de produção de suínos em família.

Objetividade e compromisso – Ter em mente que divulgar ciência é contar uma história, compartilhar uma informação. Para isso, deve-se despertar o espírito crítico dos ouvintes, falando das repercussões de ordem social, econômica, política ou ambiental que tal tecnologia pode ocasionar.

Seriedade – Não se deve omitir ou “maquiar” os obstáculos ou problemas enfrentados pelos pesquisadores no desenvolvimento do seu trabalho. A franqueza em revelar esses fatos humaniza a ciência.

Marketing empresarial – Manter o “embrapês” em alguns momentos garante a legitimidade do discurso científico (a Embrapa e as Oepas são instituições de pesquisa reconhecidas). Mesmo assim, é preciso explicar, traduzir para a realidade do ouvinte e exemplificar sempre.

Duração e conteúdo da entrevista – Observar a extensão e o conteúdo da entrevista, já que esse segmento é o principal bloco do programa. No caso do Prosa Rural, as entrevistas não devem ser longas, estendendo-se entre 5 e 8 minutos.

Adequação vocabular – Evitar terminologia de forma indistinta, como “pequeno produtor”, “pecuarista” ou outros, porque podem ter diferenças de significado de região para região. Nesse caso, é importante primar pela adequação vocabular, evitando-se palavras locais, que às vezes podem ter significados restritos.

Clareza e concisão – Evitar o uso de termos técnico-científicos (de difícil compreensão) ou que não façam parte da realidade do público-alvo ou termos com ideia vaga, como “eficiência”, que é abstrato.

O uso de cada termo técnico deve ser justificado, substituindo-se esse termo por outro equivalente e mais popular. É isso o que se chama de adequação vocabular.

Em caso de espécies vegetais e animais, devem-se usar termos comuns em vez do nome científico.

No caso de ser essencialmente necessário o uso de termos técnico-científicos, esses devem ser explicados ou definidos logo na primeira vez em que forem mencionados, inserindo-se exemplos, para facilitar seu entendimento. Assim, os ouvintes poderão entender o assunto que está sendo apresentado e ampliar seu universo de conhecimento.

Uma dica é pronunciar o termo em voz alta, como se estivesse explicando para alguém. Além de tornar a explicação mais simples, ampliará a oralidade do texto.

Prazos

Material gravado pelas Unidades para compor o programa:

- Entrevistas (Um Dedo de Prosa).
- Entrevistas (Fala Produtor).
- Dicas (Pitacos da Hora).
- Receitas (Receitas do Prosa).
- Radiodramas (Favas Contadas).
- “Causos”, poesias, músicas (Favas Contadas).
- Serviço e campanhas do Plano Brasil sem Miséria, dicas de cidadania em geral e espaço da Extensão Rural (Ao pé do ouvido).

Todo o material acima e os CDs com músicas (ou outro tipo de informação) devem ser enviados para a equipe do Prosa Rural na Embrapa Informação Tecnológica, em Brasília, DF, com no mínimo 60 dias de antecedência ao mês de veiculação do programa, para ser editado. Exemplo: se a Unidade tiver um programa para ser veiculado em julho, as equipes responsáveis devem enviar todo o material a Brasília, DF, até o dia 15 de abril.

Além dos áudios, devem ser enviados, obrigatoriamente, como parte do material para produção do programa:

- Termo de Autorização para veiculação do material de divulgação cultural, assinado por seu(s) autor(es), como forma de assegurar os direitos autorais das obras.
- Espelho do programa para orientar o roteiro.
- Material escrito para elaboração do roteiro.
- Ficha técnica preenchida com os dados do programa.

Distribuição das cópias e veiculação

Depois de editado e aprovado, o programa é enviado gratuitamente às rádios parceiras. Cada rádio pode optar em receber os programas mensalmente em CD, via correios, ou baixá-los, semanalmente, no sistema do Prosa Rural (EMBRAPA, 2016), em formato MP3 128 kbps, com qualidade adequada para veiculação.

O site também oferece versão mais leve (MP3 64 kbps), apenas para ser ouvida pelos internautas.

Para transmitir o Prosa Rural, as emissoras celebram convênio com a Embrapa, onde se comprometem a manter dia e horário fixos para sua veiculação, pelo menos uma vez por semana.

Rádios interessadas em tornarem-se parceiras do Prosa Rural podem acessar o site do programa e fazer seu cadastro ou enviar seus dados para a equipe em Brasília, por e-mail ou carta para a Embrapa Informação Tecnológica (sct.prosa-l@embrapa.br).

As contribuições do Prosa Rural para o desenvolvimento rural

Case 1 – Rádio Comunitária Luar do Sertão – Luís Clodoaldo Alves Lopes é o radialista em Moreilândia, município a 300 quilômetros de Recife, e transmite o *Prosa Rural* há 4 anos na Rádio Comunitária Luar do Sertão. Ele conta que, logo em seguida à apresentação, faz a repercussão do programa convidando um especialista ou técnico da extensão rural da cidade para complementar as informações ou esclarecer as dúvidas dos ouvintes. Clodoaldo, que tem formação em Ciências Agrícolas e é professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, campus de Crato (CE), acredita que o Prosa Rural possa ser aproveitado como instrumento de apoio à extensão rural em atividades realizadas pelos alunos das escolas agrotécnicas junto às comunidades rurais.

Case 2 - Rádio Comunitária Som do Norte - “Nossa região é carente de informações, por isso utilizo o *Prosa Rural* para levar ao homem do campo informações sobre tecnologias que poderão contribuir para a melhoria da agricultura e da qualidade de vida da população”, revela o radialista José Anchieta Souza, de Brejinho (PE), município a 500 quilômetros de Recife, localizado na divisa de Pernambuco com a Paraíba, no Alto Sertão do Pajeú. Segundo Anchieta, a partir de uma reivindicação dos agricultores, o programa, até então veiculado uma vez por semana, passou a ser transmitido todos os dias, com reapresentação dos conteúdos de destaque sempre aos sábados pela manhã. Ele conta que a partir de informações divulgadas pela Embrapa, agricultores do Alto Sertão do Pajeú conseguiram aumentar a criação de cabras de leite e instalaram na cidade uma pequena agroindústria para o processamento do caju. “O Prosa Rural foi o ponto de partida da iniciativa, pois estimulou a comunidade a se organizar”.

Case 3 – Rádio Fercal FM - O *Prosa Rural* é veiculado às terças e quintas-feiras, às 6h, pela Rádio Comunitária Fercal FM (98.1 FM), que carrega o mesmo nome da Região Administrativa, onde está situada, no Distrito Federal. A rádio alcança justamente a zona rural da Fercal. E sua presidente, a radialista Maronita Rodrigues de Souza, entusiasta do programa de rádio da Embrapa, tem um caso interessante para contar.

Maronita diz ter encontrado, certa vez, o criador de porcos para abate e de vacas leiteiras, Sebastião Alves da Costa, na Feira de Empreendedores e de Produtores Rurais, que se realiza aos domingos, na Fercal. Ela, que era presidente da feira, na ocasião, ouviu Sebastião dizer que foram as orientações do *Prosa Rural* que o ensinaram a tratar de seus animais. Ele ainda contou, que depois de ouvir o programa, chegou à conclusão de que vários dos procedimentos que adotava eram equivocados.

Sebastião não perdeu tempo e começou a fazer as modificações consideradas necessárias, a partir das orientações recebidas. Conforme relato de Maronita, seu rendimento aumentou, a partir do momento em que ele mudou os métodos de produção. Essa guinada fez com que as vacas leiteiras passassem a produzir muito mais.

“Isso me chamou muito a atenção. E é por isso que eu digo que a veiculação do *Prosa Rural* é muito importante em nossa cidade”, afirma a radialista, para completar em seguida: “seu Sebastião passou a cuidar melhor do ambiente onde as vacas dele se alojam; até música ele ficou sabendo que faz bem para o gado. Então, passou a levar o radinho cedo para o curral”.

Com os porcos não foi diferente. “Inclusive, a gente observou, também, que a banca de seu Sebastião, na feira, passou a se destacar pela higiene. Está tudo mais limpo, muito organizado e mais bem cuidado”, afirma Maronita. Como exemplo, ela aponta o avental “muito branquinho” usado pelo produtor, a tábua onde ele corta a carne de porco bem higienizada e a motosserra utilizada para cortar as costelas e o pernil.

A clientela, por sua vez, notou a diferença. Maronita observou que Sebastião passou a vender muito mais. “Até às 9h, 10h, 10h30, no máximo, ele já tinha vendido toda a produção”, garante.

A radialista ainda conta que, diante da pergunta de outro produtor, que ao observar as modificações implementadas por Sebastião, quis saber se ele estava recebendo orientação de alguma instituição, a resposta foi: “Estive ouvindo um programa na rádio Fercal FM, chamado Prosa Rural, que é direcionado ao produtor agrícola, ao trabalhador rural, à gente que trabalha no campo”.

Linguagem radiofônica



Adequação da linguagem

Simplicidade – Em programas radiofônicos, as tecnologias apresentadas não podem ser visualizadas, por isso, o conteúdo informativo deve ser o mais descritivo possível, tanto na abertura dos programas quanto na entrevista e nos demais blocos que compõem o Prosa Rural.

Para se escrever de forma mais concreta, devem-se fornecer exemplos, quantificar a informação e comparar os dados apresentados com os elementos conhecidos.

Também é válido lançar mão de analogias e metáforas, para tornar o texto mais vivo e impregnar imagens na mente do ouvinte.

Exemplo: PGM 25 Centro-Oeste/Sudeste – 2014 – Sensores de baixo custo para manejo da irrigação

<https://www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2288007/prosa-rural---sensores-de-baixo-custo-para-manejo-da-irrigacao>



Exemplo no roteiro:

Abertura institucional		
	<i>Aline</i>	Olá, Walmir, olá ouvinte! “Vamo” chegando, que a prosa de hoje vai começar!
	<i>Walmir</i>	Olá, Aline! Pois é! Aliás, a prosa já começou! E eu tô vendo aqui, Aline, que você trouxe uma plantinha pra cá, pra dentro do estúdio...e... olha só, acho que sua plantinha tá precisando de água, viu? Ela tá meio murcha, tadinha...
	<i>Aline</i>	Ah... é mesmo, Walmir. Acho que ela pode estar precisando de água. Vou regar ela mais um pouco pra ver se ela melhora.

	<i>Walmir</i>	Mas peraí, Aline. Cuidado pra não regar demais porque senão, ao invés de melhorar, ela pode morrer. Irrigação em excesso não é bom pras plantas!
	<i>Aline</i>	Pois é, Walmir, tô sabendo. Esta semana eu estava lendo um artigo sobre este assunto e hoje vamos falar também sobre isso.
	<i>Walmir</i>	Exatamente. Vamos falar sobre os sensores de baixo custo para manejo da irrigação.
	<i>Aline</i>	A Embrapa Instrumentação, que fica em São Carlos, São Paulo, tem estudos que levaram ao desenvolvimento de sensores próprios para irrigação.
	<i>Walmir</i>	Sim, esses sensores são aparelhos, dispositivos, que ajudam no manejo e no controle da irrigação por meio de leituras do estado da água no solo e nas plantas.
	<i>Aline</i>	Com as informações desses aparelhos, o produtor pode irrigar as plantas no momento certo, evitando assim, desperdícios.
<i>Pronuncia-se: turgormíter</i>	<i>Walmir</i>	É isso mesmo. A Embrapa Instrumentação desenvolveu três sensores: o sensor de diedro, o sensor "ig" e o turgormeter.
	<i>Aline</i>	O sensor de diedro pode ser usado em hortas, plantas ornamentais e mudas e se parece com um termômetro; o sensor ig é para irrigação de baixíssimo custo em conjunto com um irrigador comercial, para liberar o gotejamento, sem deixar a planta sofrer por falta de água.

	<i>Walmir</i>	É isso mesmo. E o Turgormeter é um sistema que usa um sensor para determinar o estado de hidratação de caules, frutas e hortaliças volumosas. Todos esses três sensores desenvolvidos pela Embrapa se destacam pela estabilidade, baixo custo e facilidade de fabricação.
	<i>Aline</i>	Muito bem. Mas, pra sabermos melhor sobre o assunto, vamos ouvir a entrevista que a jornalista Joana Silva fez com o pesquisador Adonai Gimenez Calbo, da Embrapa Instrumentação.

Para as receitas, deve-se sempre adotar os padrões de medidas adotados no meio rural (xícara, copo, prato, colher, pitada). Exemplo: em vez de gramas ou quilos, usar copo ou prato como medida.

Nunca se deve escrever o que não se diria. O texto deve ser simples, fácil de falar e de ser compreendido. Algumas dicas:

Em vez de executar, diga fazer.

Em vez de transformar, diga mudar.

Em vez de utilização, diga uso.

Em vez de organismo humano, diga corpo humano.

Em vez de germina, diga nasce ou brota.

Em vez de precipitação pluvial ou pluviométrica, diga chuva.

Em vez de sistema radicular, diga raízes.

Nitidez – A linguagem do rádio deve ser clara e inconfundível, de modo que o ouvinte possa ver através das palavras.

Forte e incisiva – A linguagem deve ser convincente. Aquele que fala deve demonstrar segurança, firmeza, clareza e conhecimento na abordagem do assunto.

Síntese – É rigorosamente exigida nos meios eletrônicos, para dar dinâmica e variação às produções.

Invocação – É fundamental colocar-se na posição do ouvinte, reagindo como ele, dirigindo-se a ele, imaginando seus anseios e sua maneira de pensar.

Agradabilidade – O texto deve ser agradável aos ouvidos, com termos e expressões que soem bem. As palavras são dotadas de uma certa índole afetiva, tanto pelo que significam socialmente quanto por sua eufonia.

Brevidade – A frase considerada adequada para o meio rural é formada por até 20 palavras.

Eficiência – É preciso despertar o desejo de ouvir. Por isso é que, no Prosa Rural, devem ser evitados:

Termos técnicos¹

Mudas infectadas, ferramentas infectadas, infecção.

Hospedeiros alternativos são decisivos na manutenção do patógeno.

Doença causada por microrganismos de solo, a sintomatologia é bastante complexa.

Melhorados geneticamente, dejetos, sistema de sifão, variedades não adaptadas, escalonamento.

¹ Quando for inevitável usar termos ou conceitos técnicos, devem-se “traduzi-los” para o ouvinte, lançando-se mão da adequação vocabular.

Palavras científicas

Exemplos:

- *Raustonia salenaciarum*.

Micorrizas, sigatoca-negra, antracnose, ferrugem, mastite clínica e subclínica, célula somática...

Palavras abstratas

Processo, fator, relativo, entidade, conceito, entretanto.

Acaba contaminando os lençóis e poços da propriedade.

De tal forma.

Um salto de produção.

Já está a mais de meio caminho andado.

Palavras novas

Inservível, peixe marinado.

Palavras estrangeiras

Flip chart (álbum seriado), link, deletar, know-how.

Termos imprecisos

Punhado, bastante, suficiente, um pouco.

Elaboração de texto

Seja natural. Converse no papel.

Não encha linguiça.

Use frases curtas.

Faça perguntas diretas.

Opte pela voz ativa.

Exemplo: ROTEIRO PGM 24 Centro-Oeste/Sudeste – 2014 – “Produção de sementes de milho e sorgo em comunidades rurais”

<https://www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2278528/prosa-rural---producao-de-sementes-de-milho-e-sorgo-em-comunidades-rurais>



Exemplo no roteiro:

	Aline	A Embrapa desenvolve o Programa de Capacitação de Multiplicadores em Boas Práticas Agrícolas para a Produção de Sementes de Milho e Sorgo Variedades.
	Walmir	Olha só. E esse programa ensina a produzir sementes de milho e de sorgo?
	Aline	Sim, Walmir. É um trabalho muito legal. Vamos saber mais?

Restrinja a entrada de adjetivos e de advérbios.

Adote palavras curtas, simples e concretas.

Seja conciso.

Persiga a harmonia e a clareza.

Evite o uso de “esse” ou “isso”. Repita a palavra ou o termo a que o “esse” ou “isso” se refere.

Repita sempre para o ouvinte sobre o que trata o assunto.

Exemplo: ROTEIRO PGM 25 Centro-Oeste/Sudeste – 2014 – Sensores de baixo custo para manejo da irrigação - Parte 2

<https://www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2288007/prosa-rural---sensores-de-baixo-custo-para-manejo-da-irrigacao>



Evite gerúndios.

Exemplo no roteiro:

Abertura Institucional		
	Ilka	A Flávia Barbosa começa falando sobre a dificuldade para identificar a <i>Helicoverpa Armígera</i> e diferenciar esta lagarta de outros tipos parecidos.
Flavia_Barbosa		
<< 3' 38" - Mesmo um técnico de campo... >> 4' 16"... não é tão fácil - tempo: 38"		
	Macau	Pois bem, então vamos saber que recomendações seguir.

Exemplo: o trabalho fornece subsídios técnicos que auxiliam os agricultores a definir a estratégia de administração do risco de chuvas de granizo nos pomares. Também ajuda as empresas de seguro na elaboração de contratos de carteiras agrícolas, e o governo, no desenvolvimento de políticas agropecuárias.

Como reescrever o texto acima de forma mais simples e direta

- a) O trabalho fornece subsídios técnicos a três interessados: aos agricultores, para enfrentar os prejuízos causados pelas chuvas de granizo; às empresas de seguros, para elaborar contratos das carteiras agrícolas; e ao governo, para desenvolver políticas agropecuárias.

ou

- b) O trabalho fornece subsídios técnicos para agricultores, empresas de seguros e governo a fim de enfrentarem os prejuízos causados pelas chuvas de granizo.

Como melhorar o texto informativo no rádio

Elabore um texto para ser ouvido, para ser contado, não para ser lido.

O texto deve ser descritivo, de forma que os ouvintes possam formar imagens auditivas.

Use palavras simples para compor frases simples e conceber explicações simples.

Construa frases e parágrafos curtos, sem frases intercaladas. Variar o comprimento das frases dá fluidez ao texto, além de facilitar seu entendimento.

Varie a pontuação. Use a forma interrogativa para dar dinâmica ao texto. Use também ponto e vírgula, dois-pontos, reticências, ponto de exclamação.

Elimine palavras redundantes, informações supérfluas, detalhes e termos que pesem no texto.

Arredonde ou aproxime números e valores.

Preste atenção na sonoridade das palavras. Evite rimas, terminações, cacofonias. Para a correção do texto, o melhor é lê-lo em voz alta, para avaliar seu ritmo e a musicalidade das frases.

Abertura dos programas

As primeiras linhas de um texto radiofônico têm função especial. Elas devem ser um bom pretexto para despertar o interesse do ouvinte.

A abertura é a “vitrine”, onde os elementos devem fisgar o público. São apenas algumas linhas em que se tem a chance de capturar a atenção do ouvinte, aguçar sua curiosidade, surpreendê-lo. No entanto, a abertura deve ser adequada ao restante do texto e ao público que se quer atingir.

Várias são as opções para se elaborar a abertura de um programa. Assim, ela pode ser contextual, anedótica (começar com uma pequena história, exemplo ou fato para chamar a atenção antes de introduzir o tema do programa), factual, na forma de exemplo.

Pode ainda interpelar o ouvinte, provocá-lo, levantar questionamentos, chamá-lo para refletir sobre o assunto e deixar a resposta para depois. Pode criar suspense, mistério, ser ficcional ou interrogativa.

Contudo, há também algumas limitações no texto de abertura. A primeira é nunca começar um roteiro com generalizações. Além de ser tedioso, esse estilo não traz diferencial algum, porque não serve de vitrine. Também não é aconselhável começar logo com uma definição.

Para o restante do texto, pode-se ampliar a discussão sobre as consequências da pesquisa ou abordar as perspectivas para o futuro ou ainda prever um final inesperado.

Estilos e recursos

Após o planejamento do programa, o roteirista pode pensar em diversos recursos disponíveis (dramatizações, efeitos sonoros, músicas, depoimentos, entrevistas, etc.), para alcançar os objetivos dessa comunicação,

e no estilo que adotará para transmitir a mensagem selecionada. No rádio, alguns dos estilos de texto são:

Narração – São elementos da narração a situação ou a série de acontecimentos, a intensidade ou a impressão que o fato deixa e o ambiente físico e mental relacionado ao fato. O segredo da boa narrativa está em conduzir o texto de forma a manter o ouvinte à espera de um grande acontecimento.

Descrição – É a representação das coisas, seres e lugares com a explicação de suas diversas partes, qualidades ou circunstâncias. A descrição deve fazer parte da narração: não se descrevem coisas, pessoas, lugares, épocas, sem se levar em conta a história desses objetos.

Exposição – É a apresentação de um fato e suas circunstâncias, com análise das causas e efeitos. A exposição predomina em editoriais, artigos, notas informativas ou de entretenimento.

Diálogo – É a forma de redação em que mais de uma pessoa expõe seu ponto de vista sobre determinado fato. O diálogo também é um dos elementos da narração.

Naturalidade e significação são as duas principais exigências do diálogo. A primeira não implica em reproduzir ao pé da letra uma conversa corrente, mas evitar rebuscamento e pedantismo. Quanto à segunda exigência – de significação – implica em evitar redundância da comunicação oral no texto¹.

O uso de recursos dramáticos pode enriquecer o roteiro. São imitações de fatos ou situações que ocorrem no dia a dia, fazendo com que o ouvinte seja levado a participar de uma determinada situação em foco. Podem ser usados:

¹ Como qualquer outro texto informativo, o diálogo deve ser informativo, conciso e denso.

Radiofonização do cotidiano, com ou sem uso de personagens, para introduzir ou finalizar um comentário do apresentador.

Reportagens dramatizadas ou representação de contos, lendas, mitos, parábolas de origem popular ou não, que tragam em seu conteúdo possibilidades de trabalhar os temas ou conteúdo do programa. Canções dramatizadas, para valorizar a cultura musical local, com produção de jingles sobre temas ou conteúdo.

Relatos/depoimentos de vidas e experiências, para reforçar conceitos, mensagens e o conteúdo a ser transmitido.

Cartas dramatizadas, que narram situações particulares e devem merecer um tratamento que amplie seu interesse para todo o público-alvo, reforçando sua mensagem principal. As cartas dramatizadas podem ser enriquecidas com narração, música, interpretação, etc.

Notícias dramatizadas podem ser elaboradas com a mesma ideia das cartas, ressaltando notícia significativa, com um tratamento diferencia à sua divulgação no programa.

Outros recursos que podem ser usados nos programas estão relacionados à opinião, para analisar os acontecimentos e permitir a compreensão de suas causas e consequências. É uma valorização do fato com considerações de profissionais que são referência para determinados conteúdos de interesse público como entrevistas, enquetes, reportagens e consultório:

Entrevista – Diálogo com perguntas e respostas.

Enquete/pesquisa de opinião – Conhecida como povo-fala, é um recurso ágil e simples para coletar a opinião de algumas pessoas sobre temas da atualidade e interesse do programa. Consiste em gravar várias entrevistas curtas com as mesmas perguntas, com diferentes pessoas.

Reportagem – Abordam, com alguma profundidade, acontecimentos ou situações. Nela, é possível oferecer ao ouvinte um contexto mais completo do assunto em foco. Combina com outros recursos, como entrevista, pesquisa de opinião, depoimentos, estatísticas e cenas dramatizadas.

Consultório – Atende às dúvidas dos ouvintes, com a participação de um convidado especialista no assunto abordado, que as respondem.

Orientações para entrevista

Uma boa entrevista deve conter perguntas diretas e objetivas; respostas claras, sucintas e com grande quantidade de informação precisa.

Aspectos que, em alguns momentos, podem prejudicar a qualidade da entrevista ou atrapalhar sua realização:

Dificuldade de abordagem do entrevistado (traquejo para lidar com respostas contrárias às expectativas do entrevistador).

Atenção para a qualidade do áudio (ruídos do ambiente captados pelo gravador que competem com as vozes).

Saber lidar com algo não esperado, não previsto (um “não”, por exemplo).

Manter um diálogo agradável com o entrevistado, para descontraí-lo e estar sempre atento a deixas para a próxima pergunta ou para mudar o rumo da entrevista, se for necessário.

Estar atento à linguagem (o uso de palavras que podem ter sentidos ambíguos ou de termos desconhecidos, não familiares ao entrevistado).

Cuidado na elaboração das perguntas (ser direto e objetivo, deixando claro qual a questão a ser respondida).

Conseguir mudar o rumo da entrevista (conduzir a entrevista), conforme as respostas do entrevistado.

Cuidados

No caso do Prosa Rural, deve-se tomar cuidado principalmente com o tamanho e o conteúdo da entrevista, por se tratar do principal bloco do programa. Recomendam-se entrevistas com duração de 5 a 8 minutos, variando de acordo com os outros áudios que comporão o programa. Por isso, é importante explicar ao pesquisador, técnico ou produtor que será entrevistado quanto ao tempo total da entrevista e quanto à necessidade de respostas curtas e concisas.

Ao incluir depoimentos no bloco Fala, Produtor, deve-se ter atenção para o fato de esses entrevistados, muitas vezes, não terem costume de serem gravados ao falar.

Ao iniciar ou encerrar a entrevista evite utilizar o nome do cargo que o entrevistado ocupa, exemplo: vamos conversar agora com o analista da Embrapa fulano de tal... . Opte por denominar o entrevistado por sua formação, exemplo: vamos ouvir agora o biólogo da Embrapa fulano de tal ... Apenas no caso de pesquisador, ou de extensionista ou de agricultor é que se recomenda manter a denominação do cargo.

Uma boa dicção facilita a condução de uma entrevista ou a gravação de um texto.

Para melhorar a expressão durante os programas, antes das entrevistas, faça o exercício do bocejo, de movimentação labial exagerada e de leitura em voz alta.

Durante a gravação, recomenda-se usar roupas folgadas e gesticular enquanto fala.

Não se esqueça de que, em rádio, a qualidade do som é a chave do sucesso. Trata-se de um veículo que desperta atenção por meio de um único sentido, a audição. Por isso, o som deve ser claro, nítido, “limpo”, sem interferências de ruídos que possam desviar a atenção do ouvinte.

No caso de entrevista gravada, produzir som “limpo” não é difícil. Para isso, deve-se dar especial atenção à qualidade técnica do equipamento a ser usado (gravador portátil) e da fita cassete, se for o caso. Caso os equipamentos não sejam de boa qualidade ou estejam velhos, certamente a gravação apresentará chiados.

Antes de gravar, deve-se checar o funcionamento do equipamento de gravação e certificar-se se as pilhas ou a bateria do gravador são novas. Com pilhas fracas, o gravador funciona com metade de sua potência, proporcionando o aumento de chiados. O ideal é fazer um teste, gravando e ouvindo o áudio captado.

Ao se produzir uma entrevista, outro cuidado importante é posicionar o gravador, microfone ou telefone sempre a um palmo de distância da boca do entrevistado.

Deve-se evitar gravar em lugares muito movimentados ou barulhentos, porque os ruídos do ambiente podem comprometer a nitidez e clareza do som.

O sucesso de uma entrevista também depende de outros fatores, principalmente da performance do entrevistado. Por se tratar de uma conversa amistosa, aberta, franca, livre e sem formalidades, o entrevistado deve ter em mente que ele estará dialogando com uma diversidade de ouvintes da mais variada condição sociocultural.

Por isso, antes da gravação, uma boa conversa com o entrevistado e algumas orientações podem garantir, além de boa performance, a qualidade da matéria levada ao ar.

Uma conversa amistosa

Ao entrevistado (pesquisador ou ao técnico) participante do programa podem ser fornecidas as seguintes informações:

Essa será uma oportunidade para apresentar seu trabalho à sociedade. Milhares de pessoas terão conhecimento de suas atividades e dos resultados obtidos. Para isso, o conteúdo informativo deve ser bem definido e apresentado com naturalidade, clareza, concisão, em linguagem popular.

Apresente dados que reforçam a importância da pesquisa:

Quantos usuários já se beneficiam da tecnologia.

Impactos econômicos.

Aumento da produtividade.

Vantagens diferenciais.

Seja didático, preciso e objetivo. Para isso, as ideias devem ser ordenadas em sequência lógica dos fatos. Além disso, deve-se também evitar repetições, divagações ou detalhes desnecessários. É importante ter-se em mente que o público-alvo precisa compreender o assunto.

As respostas devem ser apresentadas com naturalidade, evitando-se falar como se tivesse ditando um texto ou citando terceiros.

Devem ser lidas, pois o ouvinte percebe isso, e devem ser espontâneas, claras, objetivas, sem tom professoral e sem aquela sensação de que se trata de discurso decorado.

Devem conter a informação mais importante logo no início, detendo-se mais sobre soluções do que sobre problemas.

Exemplo: ROTEIRO PGM 28 Centro-Oeste/Sudeste – 2014 – Controle da Helicoverpa nas principais regiões

<https://www.embrapa.br/prosa-rural/busca-de-noticias/-/noticia/2092888/prosa-rural---controle-da-helicoverpa-nas-principais-regioes>



Exemplo no roteiro:

	Ilka	A Flávia Barbosa começa falando sobre a dificuldade para identificar a Helicoverpa Armígera e diferenciar esta lagarta de outros tipos parecidos.
Flavia_Barbose << 3' 38" - Mesmo um técnico de campo... >> 4' 16"... não é tão fácil - tempo: 38"		
	Macau	Pois bem, então vamos saber que recomendações seguir.

Evitar termos técnicos. Caso precise usá-los, explique-o e acrescente seu respectivo nome popular.

Usar vocabulário que possa ser entendido pela maioria das pessoas.

Antes de elaborar o roteiro, perguntar-se se vale a pena discorrer sobre a metodologia empregada na pesquisa. Lembrar sempre de que o conteúdo do programa é direcionado a um público não especializado.

É importante informar sobre a existência da tecnologia, como as pessoas podem obtê-la, despertar o interesse do ouvinte, além de fornecer instruções básicas.

Relacionar sempre o conteúdo apresentado com a realidade das pessoas que podem se beneficiar dele. Para isso, deve-se dar exemplos, estabelecer comparações, mostrar o aspecto da novidade, falar das vantagens e das limitações, e como a vida dessas pessoas será afetada.

Deve-se ser sintético, mas sem demonstrar pressa.

No caso do entrevistado, não começar uma resposta com as expressões: “repetindo o que eu já disse...”, “como já falei...”, “não ficou bem claro...”.

Fazer com que a entrevista se torne uma conversa amistosa. As informações devem ser apresentadas de forma simples e prática, devendo-se evitar o tom de palestra.

Não usar as siglas das Unidades da Embrapa, usar sempre o nome-síntese. Exemplos: Embrapa Caprinos e Ovinos, Embrapa Cerrados, Embrapa Florestas, etc.

Para enfatizar a informação principal, deve-se repeti-la.

Durante a gravação de uma entrevista, deve-se evitar qualquer tipo de interrupção. Para isso, deve-se desligar o celular, retirar o telefone fixo do gancho e não admitir interrupção de quem quer que seja.

No encerramento de cada apresentação, usar frase de efeito que sintetize a ideia principal do conteúdo em foco. Além disso, deve-se reforçar os aspectos mais importantes do tema abordado.

Seja direto, positivo e dê respostas curtas. Raciocínios longos são difíceis de serem acompanhados. Se as respostas forem longas, o editor pode optar por cortar alguns trechos e o resultado final pode não ser o ideal.

Orientações para o entrevistador

O resultado de uma entrevista não depende apenas do trabalho de quem detém a informação de interesse. Ao entrevistador cabe grande responsabilidade sobre o produto final. Algumas orientações podem facilitar esse trabalho:

Antes de começar a entrevista, é importante definir o conteúdo a ser transmitido, fazendo-se sua distribuição em blocos.

Para melhor desenvolver a mensagem, é preciso se estudar a melhor forma de abordar o conteúdo e as técnicas a serem usadas.

Devem-se fazer perguntas pertinentes e objetivas. Isso só é possível quando se conhece o assunto a ser abordado. Por isso, deve-se obter a maior quantidade possível de informações sobre a pauta a ser desenvolvida, organizando um roteiro de perguntas que servirá de base para a entrevista.

É importante que se tenha em mente o enfoque principal do assunto. Caso contrário, corre-se o risco de perder a objetividade na condução da conversa, prejudicando a clareza e a compreensão do assunto.

A pauta ou roteiro é sempre uma indicação do que se deve cumprir e perguntar. Para isso, é preciso ter bom-senso para mudar a angulação de uma pauta, sempre que o assunto levantado no meio da entrevista se sobrepuser ao que foi solicitado.

Os entrevistados devem ser identificados (nome e cargo) no início da gravação ou ao vivo.

Há entrevistados mais e menos difíceis. Com habilidade, será possível conseguir deles, no mínimo, informações e opiniões necessárias.

Quando o entrevistado não responder satisfatoriamente à pergunta ou usar de evasivas, deve-se insistir na pergunta até obter uma resposta satisfatória.

Deve-se esperar o entrevistado concluir o pensamento antes de passar à pergunta seguinte. Nada é mais irritante para o ouvinte do que acompanhar uma entrevista em que o repórter não deixa a fonte concluir sua resposta.

Não se deve permitir que o entrevistado dê respostas longas e sem objetividade. Para isso, o entrevistador deve interferir e conduzir a entrevista para o aspecto mais interessante.

Devem-se evitar perguntas fechadas, isto é, aquelas que podem ser respondidas só com um “sim” ou com um “não”. Nesse caso, deve-se optar por perguntas abertas, aquelas que começam com “o que”, “quando”, “como”, “por que”, “o que pensa”. Nas perguntas abertas, há espaço para se ter maior profundidade na abordagem dos assuntos.

Recursos para programas radiofônicos

São considerados “temperos” para programas radiofônicos os recursos ou truques que dinamizam a informação no rádio (vinhetas, efeitos sonoros e linguagem), usados na dose certa para criar suspense e despertar a curiosidade do ouvinte.

O enriquecimento dos programas também pode ser feito com emprego de humor, serviço (cidadania, educação, emprego, saúde e segurança), interatividade, promoções, músicas relacionadas ao tema do programa – ingredientes que incentivam a participação do ouvinte.

Radiodrama

É um recurso usado para facilitar a compreensão do conteúdo e estabelecer empatia com o ouvinte. Nessas dramatizações, é possível explorar todo o potencial do veículo – vozes diferentes, acordes dramáticos, humor, música, sons e ruídos –, que assumem diferentes funções de

acordo com o significado que têm para o ouvinte. Esses efeitos dão brilho e variedade ao programa.

Esse tipo de produção se constitui em ótimo recurso para ilustrar situações do cotidiano do público do programa, tratando conflitos, sentimentos, motivações... Além disso, é capaz de dar leveza à narrativa radiofônica, fator importante principalmente em programas com temas científicos muitas vezes com linguagem densa e complicada.

De acordo com McLeish (2001), o objetivo de todo texto dramático é ter as ideias originais recriadas na mente do ouvinte:

O enredo tem de ser verossímil, os personagens também [...]. E, como o resultado final ocorre tão-somente na imaginação, há poucas limitações de tamanho, realidade, lugar, estado emocional, tempo ou velocidade de transição (MCLEISH, 2001, p. 181).

No Prosa Rural, o radiodrama tem sido usado para criar identificação com o público, tratar temas científicos de forma simples e facilitar o entendimento do conteúdo.

Exemplo: Programa de Abertura 2015

https://www.embrapa.br/prosa-rural/centro-oeste-sudeste-2015/-/asset_publisher/DcX48FtmkiWY/content/prosa-rural-abertura-2015/1355746

Vinheta

Mensagem simples e de curta duração, que deve ser lembrada com facilidade. As vinhetas são pequenas intervenções feitas durante a programação de rádio, que servem para marcar os intervalos nos programas, para anunciar uma atração, para mobilizar a respeito de um tema ou até mesmo para transmitir uma mensagem.

Chamada

Geralmente são peças curtas de áudio, com duração de 15 a 30 segundos, em que o texto convoca, convida ou chama para determinado evento. Esse evento pode ser desde uma festa até um programa de rádio.

Spot

Peças de áudio curtas (entre 15 e 60 segundos), compostas de locução e trilha musical, usadas para “vender” ou anunciar um produto ou serviço. Podem também vender uma marca, de forma institucional.

Jingles

São spots cantados, músicas curtas, compostas exclusivamente para o cliente. Para o publicitário Lula Vieira (2006), o jingle é uma grande ideia cantada.

O bom jingle é como uma música de carnaval que tem que “pegar” e dar vontade de ouvir de novo, de cantar junto. Por isso, tem que ser original, único, pertinente e fácil.

Os grandes jinglistas são mestres, em síntese. Por sua vez, há o mau jingle, que é aquele que você jura que serviria para qualquer outro produto, cuja letra você esquece ou não entende o que foi falado.

Dicas para se criar um bom jingle

Ter voz clara na gravação.

Ter ritmo marcante e melodia funcional.

Um jingle deve ser como chiclete, precisa grudar. Ele deve ser muito tocado, pois a frequência também é de suma importância. Por isso, repita, repita, repita...

Locução e fonoaudiologia



Parte do texto elaborado com base em Del Bianco (2001) e Roque (2005).

Locução

O termo locutor vem do latim locutore (aquele que fala) e, de acordo com o Dicionário Aurélio, é o profissional que lê textos, irradia ou apresenta programas ao microfone das emissoras de televisão ou no rádio.

Existem diversos tipos de locução:

Jornalística – Normalmente, séria e pausada, sem passar emoção aos ouvintes.

Esportiva – Rápida e bastante emotiva.

Comercial/Publicitária – Técnica e interpretada de acordo com o roteiro.

Apresentadores de rádio – Normalmente descontraída e de acordo com o perfil da emissora.

Prática da locução

No Prosa Rural, usa-se a locução jornalística nas entrevistas e também nas falas dos apresentadores, que, em dupla, procuram manter um diálogo descontraído com o público sobre as tecnologias apresentadas. Nesse modelo, mais do que nunca, a locução deve ser natural, para estabelecer empatia com o ouvinte. É preciso falar de igual para igual. Por isso, é fundamental dizer, falar (interpretar) o texto, e não apenas lê-lo.

Atualmente, para se falar no rádio, não é preciso ter um vozeirão, como nos primeiros anos da existência desse veículo de comunicação. No entanto, falar ao microfone ainda exige que o profissional tenha técnica apurada para se expressar. É importante que o locutor fale de forma natural, com bom ritmo e entonação.

Outro ponto importante é ter pronúncia nítida e agradável, que facilite a compreensão de todas as palavras pelo ouvinte. No rádio, as pessoas

só ouvem a informação uma única vez e ela deve ser compreendida nessa oportunidade.

O rádio permite ao ouvinte compartilhar emoções a partir do uso da voz, a qual pode expressar entusiasmo, compaixão, raiva, dor, riso, que superam o simples discurso escrito. Por isso mesmo, o veículo depende de diversidades de vozes para manter sua vitalidade.

Já a altura, a velocidade, a intensidade e a dinâmica da voz devem variar de acordo com o estilo do programa, sem contar que, em qualquer locução, existem alguns trechos que devem ser mais rápidos e outros mais lentos. Isso garante o que se chama de expressão da voz.

É bom lembrar que, dependendo de como se fala, uma única sentença pode ter vários significados. Por isso, é importante saber a intenção da comunicação.

De acordo com McLeish (2001), a maneira mais simples de acertar o estilo, a projeção e a velocidade da voz é visualizar o ouvinte sentado no estúdio, um pouco além do microfone. O apresentador não deve sentir que está falando sozinho. Ele deve ter sempre em mente que está falando com o ouvinte.

E como o rádio é um veículo muito pessoal, o locutor deve falar diretamente para o ouvinte, para cada ouvinte, individualmente, chamando sua atenção e criando a empatia necessária à comunicação. Segundo McLeish (2001), esse exercício de imaginação é a chave para uma boa apresentação.

O segredo de bem comunicar-se no rádio não está em ter uma linda voz, nem em cumprir ao pé da letra todas as recomendações do script bem organizado. É preciso que o locutor se coloque no “lugar do ouvinte”, procurando pontos de identificação e empatia. Nesse aspecto, reside a essência da comunicação.

Já Valdes (1998, citado por FERRARETTO, 2001, p. 311) destaca que o profissional do rádio deve ter atenção para oito requisitos essenciais:

Entender o conteúdo – O locutor deve entender o que está escrito, tendo razoável domínio sobre os temas tratados.

Interpretar o texto – Ao compreender a abrangência do assunto, pode interpretar o texto e transferir a informação ao ouvinte.

Transferir as informações – Essa transmissão de conceito implica saber medir a expressão da locução.

Medir o ritmo – Cada palavra deve ter um realce próprio.

Matizar – O profissional de microfone precisa saber variar ou dar diferentes gradações ao que é dito. Assim, conforme o caso, dá força à expressão, muda o tom ou faz pausas.

Ser natural – A voz constitui-se num instrumento de trabalho que deve ser usado sem exageros.

Convencer – Ser natural não significa deixar de lado a importância de convencer o ouvinte. A arte está em saber usar a capacidade de convencimento com naturalidade, sem tom apelativo, apenas com os recursos naturais da fala.

Concluir bem a leitura – Concluir bem a leitura, sem depreciar os últimos detalhes do texto ou as últimas palavras das frases.

Para cumprir todas essas exigências o profissional deve preparar-se minutos antes da gravação, começando por uma boa leitura do texto.

Nessa leitura prévia, o locutor deve marcar as pausas adequadamente e sublinhar as palavras que devem ser destacadas. É quando ele também sublinha alguma palavra difícil de pronunciar ou erro de digitação. Uma preparação cuidadosa pode evitar problemas durante o programa.

Cuidados com a pronúncia

Para uma boa locução, é importante atentar para a acentuação das palavras, qual ênfase se deve dar a elas – independentemente ou em estruturas mais complexas – bem como sua pronúncia e ainda com relação às junções naturais das palavras quando reunidas em frases.

Essas junções ou trocas de som de vogais, comuns na fala, devem ser mantidas, para tornar a fala natural. A seguir, exemplos desses casos:

Acentuação tonal – Marca a entonação das palavras na frase. Nos casos abaixo, a acentuação tonal deve ser colocada nas palavras depois da barra, que, nesse caso, marca o ritmo e não a respiração.

A chuva/ que caiu hoje/ foi forte.

A casa/ é grande.

A rosa/ é/ amarela e vermelha.

Quando Jorge e Maria saíram/ fui ver/
meu programa/ de televisão/ predileto.

Assimilação – Esse fenômeno ocorre quando o falante usa uma parte do aparelho fonador diferente, assimilando um som que não é exatamente o da letra que deveria falar.

Limão	anterior (posição da língua na parte anterior do palato).
Luxo	posterior (posição da língua na parte posterior do palato).
Pasta	mantém o som do “S”.
Mesmo	mezmo.
As casas	as kazas.
As asas	azazas.
Tia	txia.
Dia	djia.

Neutralização – É a troca da vogal átona pelo som de outra – “E” por “I” e “O” por “U”. Conforme a região, pode haver variações na pronúncia de algumas palavras.

Menino	minino
Pérola	pérula
Bexiga	bixiga

Gente	genti
Ídolo	ídulu
Desaforo	disaforo

Elisão – É a supressão da vogal átona final de uma palavra, quando a seguinte começa por vogal.

Ainda eu te falei	aindeutifalei
Brincando eu ia	brincandeuia
Eu vou te contar uma coisa no ouvido	eu vou te contar uma coisanouvido

Dramaticidade interpretativa

É a capacidade que o locutor deve ter para passar, por meio da inflexão de voz, da sua entonação da carga de intenções que o autor do texto quer transmitir aos que estão lhe ouvindo.

Não se pode ler uma “chamada de festa” com a mesma “dramaticidade” que uma nota de falecimento ou um comercial de varejo ou um programa musical. É preciso adequar o tom, as pausas, a acentuação e a articulação, para que se transmita adequadamente a mensagem.

Quem fala ao microfone para ouvintes distantes, deve pronunciar as frases distintamente, conduzindo cada palavra do princípio ao fim, com muita calma. Não se pode falar apressadamente, tampouco deixar sumir a voz no final das frases. As pausas devem ser reguladas.

Por sua vez, as palavras devem ser escolhidas. Há palavras que ficam bem quando escritas, mas nem tanto quando ouvidas. Os períodos não podem ser longos.

Como não há imagem, a voz deve ser ritmada e calorosa para prender a atenção do ouvinte. Qualquer afetação é prejudicial à própria dicção. O ideal é falar em tom quase de conversa, com simpatia na voz. Deve-se ter em conta que o ouvinte está atento a todas as suas palavras.

Tom alegre, amigável, familiar, espontâneo – eis um dos sucessos da boa locução. Para isso, deve-se evitar monotonia, pois ela irrita. Daí, o êxito dos programas que sabem variar seu ritmo, mantendo-se joviais.

Dependendo da entonação dada, cada palavra pode ter significado mais abrangente. Para isso, deve-se praticar exercícios de interpretação para dar credibilidade ao conteúdo transmitido. A seguir, alguns casos para prática de leitura e inflexão de voz:

Inflexão

Constatando	Um dia a casa cai.
Afirmando	Digo-lhe que a casa cai!
Interrogando	Um dia a casa cai?
Dúvida	Talvez não caia.
Indignação	A culpa é sua!
Inquietude	Receio que caia.
Displicência	Deixa cair...
Orgulho	Eu me responsabilizo!
Humildade	Quem sou eu para opinar.
Aspereza	Fique sabendo que cai!
Tristeza	Que pena... tão boa!
Admiração	Será possível?

Inflexão

Ironia	Já contava com isso.
Conselho	Cuidado, que vai cair.
Impaciência	Depressa, corre, anda!
Discussão	Já disse que cai, e cai mesmo!
Curiosidade	Ouvi dizer que vai cair.
Alvorço	Corram depressa!
Ameaça	Se não consertar, cai já!
Reflexão	Vamos raciocinar, talvez não caia.
Espanto	Quem disse?
Revolta	Isso não fica assim!
Cólera	Há de me pagar caro!
Vingança	Eu mato o construtor!
Misericórdia	Coitado... não tem culpa.
Medo	Vamos embora...
Pavor	Fujam depressa!

Respiração

É muito importante respirar adequadamente, pois isso é fundamental para que palavras e frases do locutor sejam pronunciadas por inteiro, sem sacrifício de suas cordas vocais. Importante também é articular as palavras adequadamente. Esse é o segredo para o ouvinte compreender tudo o que se diz.

Além disso, é importante que os ouvintes se sintam motivados a experimentar, na prática, aquilo que se está ensinando ou discutindo, para chegar a resultados práticos. No caso do *Prosa Rural*, esse foco é fundamental.

A seguir, algumas recomendações para uma respiração adequada durante a locução:

- Deve-se inspirar só no final de cada frase, e expulsar o ar lenta e regularmente para que a respiração seja suave e silenciosa.
- Não se deve exagerar na inspiração a ponto de não se poder dosar a quantidade de ar necessária para uma fonação tranquila. Quando antes de falar o locutor inspira demasiadamente o ar, a pressão interna dos pulmões aumenta, com tendência a pressionar todo o aparelho fonador, alterando a voz e provocando puffs com o deslocamento do ar e a consequente e inevitável saturação de sinais junto ao microfone.
- Não se deve ler até que acabe o ar expirado. Além disso, deve-se abastecer o pulmão de ar no momento certo da frase, para que não se perca o fôlego durante a locução. Também não se deve inspirar por períodos curtos, porque isso faz com que a locução fique entrecortada, quando lida. Procure definir os pontos exatos onde também pode ocorrer a inspiração.
- Manter a voz firme, descontraída e agradável ao público. Para isso, o tom de voz deve ser médio e rico em variações, para não cansar o ouvinte. Além disso, deve-se manter um ritmo adequado.
- Saber com quem se fala (quem está nos ouvindo) e manter o ritmo em forma de conversa. Caso o tema trate de uma advertência ao cidadão (período eleitoral, campanha sobre a dengue ou sobre o trânsito), deve ser abordado com responsabilidade e brandura, para que o ouvinte crie empatia com quem está falando.
- Ler sem pressa; ao ler ou falar alguma coisa “no ar” (com o microfone aberto), nunca fazê-lo apressadamente, pois isso demonstraria falta de interesse pela matéria e desconsideração para com o ouvinte.

- Antes de gravar o programa ou antes de “entrar no ar”, o apresentador deve preparar a leitura do texto de forma a assimilá-lo completamente, para que possa interpretá-la corretamente. Estando no ar, ele não deve se limitar a uma mera decodificação automática da mensagem, mas captar o real sentido do texto. Afinal, ele precisa saber o que vai ler ou falar ao ouvinte.

Aqui, é oportuno informar que não se trata do que é correto, já que interpretação é algo subjetivo. Trata-se muito mais do que é adequado quando se fala em rádio. Por isso, adequação deve ser a palavra-chave de nossos planejamentos, tanto para a elaboração dos roteiros de programas, quanto para instruir apresentadores, para que entendam o(s) propósito(s) que se pretende alcançar com isso.

Postura ao microfone

Perder o medo do microfone é a primeira recomendação que se faz aos comunicadores e o melhor remédio contra esse medo é respirar fundo, antes de falar.

Respire profundamente 3 ou 4 vezes. Esse exercício o deixará mais calmo e disposto para falar com naturalidade.

Caso se tenha que gravar sentado, acomode-se confortavelmente numa cadeira, de modo a não ficar nem curvado para frente (para não dificultar a respiração) nem inclinado para trás (para que a voz não indique sinais de cansaço).

No caso de se gravar em pé, poste-se ereto, firme, sem dobrar-se para um lado ou para outro.

Não toque o microfone – a pretexto de verificar se ele funciona –, nem golpeie a mesa enquanto estiver gravando. Também não provoque ruídos com papéis, lápis, caneta ou qualquer outro objeto.

Algumas pessoas – quando nervosas – costumam segurar alguma coisa (lápiz ou moeda), enquanto falam. Nesse caso, evite movimentos bruscos com esses objetos, os quais provocam ruídos que prejudicarão a qualidade sonora da gravação.

Fale a um palmo de distância do microfone. Essa posição deve ser mantida até o final da gravação.

Ao falar, não expresse-se apenas por palavras, mas também com todo o corpo. Assim, as palavras sairão com mais ênfase e melhor entonação. Também não fale de braços cruzados: mova as mãos, gesticule, ponha o corpo todo em atitude expressiva.

Caso o programa seja apresentado por dois locutores, o melhor é que os dois se posicionem frente a frente. Assim, ambos estabelecerão uma conversa marcada pela improvisação, para envolver o ouvinte numa espécie de diálogo mental.

Na apresentação de programa com dois locutores, é necessário sincronizar a fala e manter ritmo harmônico para evitar que um fale mais rapidamente que o outro.

Dicas de fonoaudiologia

Quando se fala em dicção, deve-se entender como a perfeita pronúncia das palavras, de forma agradável e com ritmo apropriado, com altura de voz e ressonância adequadas. A chave para a conquista da dicção está na pronúncia. Geralmente, dicção é a qualidade da fala. Se alguém fala corretamente, proferindo todos os fonemas, tem dicção.

O falar é individual. A dicção é mais uma característica individual, que depende exclusivamente do esforço direcionado de cada um ao próprio aperfeiçoamento comunicativo. Para isso, é preciso pronunciar corretamente os sons das palavras, dos fonemas.

A articulação das palavras é o processo de pronunciá-las com a eficiência da musculatura articulatória, fundamental para a precisão na emissão dos sons e para a inteligibilidade da fala. A falta de clareza pode gerar incompreensões sucessivas para o ouvinte.

Ao falar, quanto mais clara for a mensagem, mais rapidamente se estabelece contato. A clareza diz respeito ao valor exato das palavras. A leitura em voz alta e compassada, com boa movimentação da mandíbula, dos lábios e da língua é um bom exercício para desenvolver a dicção.

As maiores dificuldades na prática da locução são:

Coordenação fonorrespiratória.

Articulação.

Tom correto da voz.

Interpretação adequada para a credibilidade da mensagem.

Entonação e ritmo.

A atuação fonoaudiológica abrange a avaliação do repórter ou do locutor, os aspectos vocais, a articulação, a adequação dos parâmetros de locução, a respiração e a postura.

Fala precisa

A fala é precisa quando:

Os fonemas são bem pronunciados.

Não há omissão de “erres” e de “esses” finais.

Articulam-se claramente as sílabas finais.

Pronunciam-se corretamente as palavras terminadas com “ndo”.

Pronunciam-se corretamente os grupos consonantais.

Fala travada e imprecisa

A fala é imprecisa quando:

A língua é “preguiçosa”, apresentando musculatura flácida e movimentação limitada.

Há movimentação insuficiente dos lábios.

Há pouca abertura de mandíbula.

Ocorrem problemas na articulação têmporo-mandibular (ATM).

Articulação

Para se atingir uma boa articulação, deve-se praticar exercícios para melhorar a precisão articulatória, com frases de trava-línguas, leitura de vogais e sobre articulação, com aumento da movimentação labial.

Ressonância e projeção vocal

A colocação correta da voz depende do desenvolvimento da respiração e da vibração dos sons da fala sustentados nas caixas de ressonância (boca, faringe, nariz, seios faciais e laringe). Quanto mais amplo for o uso das caixas de ressonância, maior a valorização da voz.

A projeção vocal depende da eficiência da abertura e da movimentação da boca em conjunto com o uso das caixas de ressonância e apoio respiratório adequado. A fala gritada deve ser substituída por uma fala bem articulada e rica de inflexões. O “olhar” e o foco central no ambiente facilitam a projeção vocal.

Aquecimento vocal

As pregas vocais são músculos e necessitam de aquecimento antes de atividade vocal intensa. O aquecimento vocal conduz à maior flexibilidade

da voz e favorece o relaxamento da musculatura facial e do pescoço, importante para a produção dos sons da fala.

Abuso ou mau uso da voz

São várias as situações que prejudicam a saúde vocal, indicando abuso ou mau uso da voz.

Na listagem a seguir, algumas dicas do que se deve evitar para conservar a voz em boas condições:

Falar com muita intensidade (voz forte).

Falar durante muito tempo.

Falar sussurrando.

Falar com os dentes travados.

Falar com esforço.

Falar sem respirar.

Usar o ar até o final sem reabastecer.

Falar rápido demais.

Falar junto com os outros.

Falar muito tempo sem descansar.

Falar muito no carro ou no ônibus.

Pigarrear constantemente.

Gritar demais.

Trabalhar em ambiente ruidoso.

Viver em ambiente familiar ruidoso.

Manter rádio, som ou TV ligados enquanto fala.

Imitar outras vozes.

Imitar vários sons.

Usar a voz em posturas corporais inadequadas.

Alergias.

Usar muito a voz quando resfriado.

Tomar pouca água.

Permanecer em ambiente com ar-condicionado.

Viver em cidade de clima muito seco.

Permanecer em ambiente empoeirado, com mofo ou pouca ventilação.

Expor-se a mudanças bruscas de temperatura.

Tomar bebida gelada constantemente.

Tomar café ou chá em excesso.

Consumir alimentos gordurosos ou excessivamente condimentados.

Consumir alimentos achocolatados em excesso.

Fumar.

Tomar bebidas alcoólicas destiladas.

Usar drogas.

Automedicação para problemas de voz.

Dormir pouco.

Cantar demais, sem técnica.

Cantar fora de sua extensão vocal.

Usar roupas apertadas no pescoço, tórax ou cintura.

Má digestão.

Refluxo gastroesofágico.

Estresse.

Gravação e edição



Gravação

A gravação do som é o primeiro passo do trabalho. Uma boa gravação é fundamental para a qualidade final do material. Nessa etapa, se não forem adotadas práticas específicas, podem ocorrer problemas impossíveis de serem corrigidos depois e, conseqüentemente, o trabalho estará perdido. Por isso, deve-se ter bastante cuidado nessa etapa e observar os fundamentos de uma boa gravação, que serão explicados a seguir.

Define-se gravação como a captação de determinado som, emitido por uma fonte, e seu registro num sistema de armazenamento, para posterior reprodução.

Para se obter uma gravação de qualidade, são necessários os seguintes itens:

Fonte(s) emissora(s) de som.

- Microfone(s).
- Cabos e conectores.
- Sistema de armazenamento de som.

Antes de gravar, devem-se tomar as seguintes decisões:

- Escolha do local onde será feita a gravação.
- Qual equipamento será usado.

Essas decisões devem ser tomadas de acordo com a fonte emissora de som e a finalidade da gravação. Ou seja, é preciso decidir onde será feita a gravação (estúdio, rua, etc.) e que tipo de equipamento será usado (gravador de mão, equipamento do estúdio, etc.). Essas decisões variam conforme a situação e de acordo com o que será gravado e para que será usado o som a ser gravado.

A gravação pode ser feita em estúdio ou em outro ambiente. Por exemplo: se for preciso captar uma fala (voz) para uso posterior num programa de rádio, o ideal é captar o som da forma mais limpa e clara possível.

Contudo, se for necessário situar a voz em determinado local, ou seja, onde estava a pessoa na hora da gravação, então é preciso que, com a fonte emissora principal de som (voz do interlocutor), sejam captados alguns ruídos do ambiente.

Captação do som em estúdio

Quando se faz uma gravação em estúdio, o objetivo é isolar a fonte emissora do som que se deseja, evitando captar outros sons indesejados. Com isso, tenta-se fazer uma gravação limpa, clara, a mais fiel possível ao som original. Para que isso aconteça, são necessários isolamento e tratamento acústico.

Isolar acusticamente determinado ambiente é evitar a entrada de sons externos. O isolamento acústico é feito com materiais como sonex, gesso e madeira, aplicados na estrutura do ambiente (paredes, portas, janelas, etc.), que são colocados de forma a não deixar entrar sons externos. A situação ideal é ter silêncio total no interior do ambiente. Assim, o som captado será o mais “limpo” possível.

Outro fator importante sobre isolamento acústico são os ruídos provenientes do sistema de ar-condicionado, obrigatório em ambientes isolados e abafados, sem ventilação. Na verdade, o ideal é que o ruído do ar-condicionado não seja ouvido, quando acionado. Contudo, se o sistema de ar-condicionado for ouvido dentro do ambiente isolado acusticamente, deve ser muito baixo, devendo ser imperceptível na gravação final.

Assim como todos os conceitos deste manual, o isolamento acústico apresentado é uma situação ideal. Caso não seja possível trabalhar com

esse ambiente perfeito, deve-se procurar fazer o possível, dentro das condições existentes.

Na gravação em estúdio, é possível usar diversos recursos na voz, como o reverbe. Esses recursos, uma vez aplicados durante a gravação, ou seja, na captação da voz, e mixados, não podem mais ser retirados. Por isso, para o Prosa Rural, a gravação deve ser feita sem nenhum recurso. Caso seja preciso lançar mão deles – na composição de personagens, situações, contextualizações, bem como trilhas sonoras e efeitos –, devem ser aplicados pela equipe de Brasília, que dispõe de equipamentos para que seja possível fazer ajustes, quando necessários.

Equipamentos de som

Os equipamentos disponíveis no estúdio devem ser apropriados para:

- Realizar gravação com qualidade sonora.
- Captar o som das pessoas a serem gravadas.
- Permitir a correta finalização (edição, equalização, mixagem e masterização) do áudio.

Além do isolamento e do tratamento acústico, o estúdio deve ter:

- Microfones adequados e de alta sensibilidade.
- Mesa de som (que não acrescente ruídos na gravação).
- Sistema de gravação digital de alta qualidade (que permita boa seleção e edição).
- Equipamentos periféricos que contribuam com a qualidade da gravação.

O microfone e o fone de ouvido são as duas ferramentas primárias do locutor. Uma é usada para transmitir a mensagem (microfone), a outra,

para receber um retorno do que se transmite (fone de ouvido, caixas de retorno).

O uso correto do microfone é fundamental na gravação da voz. Além da atitude postural do locutor, é importante que o microfone esteja posicionado nem muito perto nem muito longe, a não ser em casos extremos (quando se quer fazer um efeito especial ou se o equipamento que se usa assim o exige).

Geralmente, a distância média é de um palmo. É importante, também, verificar se a direção do diafragma do microfone está de frente para a boca do locutor.

Os microfones profissionais possuem regulagem que determina a amplitude (ângulos) de captação em sua volta. Essa regulagem é chamada diagrama polar de captação. O diagrama polar de um microfone pode ser determinado como cardioide, supercardioide, hipercardioide, bidirecional (também conhecido como omnidirecional, que em latim significa “todos”).

Microfone cardioide – Responde melhor aos sons vindos da frente. Indicado para lugares com muito barulho ou para evitar a reverberação em ambientes fechados (Figura1). Tipo: unidirecional.

Microfone supercardioide – Mais direcional, com maior rejeição aos sons vindos das laterais, porém captando um pouco mais os sons vindos de trás. Usado em gravações a longa distância e para captação onde se procura diminuir a interferência de sons ou barulhos ambientes (Figura 2).

Microfone hipercardioide – Altamente sensível aos sons frontais e com sensibilidade menos do que os supercardioides aos sons vindos da parte de trás. Deve ser direcionado à fonte emissora com bastante precisão, para não registrar sons indesejáveis. Pode captar sonoras individuais com bastante eficiência (Figura 3).

Microfone bidirecional ou figura 8 – Capaz de captar o som na parte frontal e traseira com a mesma intensidade, rejeitando os sons laterais. Usado em programas de entrevistas, estúdios de gravação, gravação de dois cantores simultaneamente, etc. (Figura 4).

Microfone omnidirecional – Tem capacidade de captar os sons de todas as direções com a mesma intensidade (Figura 5).

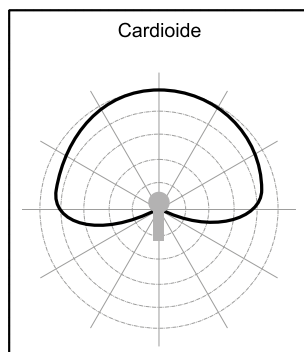


Figura 1. Microfone cardiode.

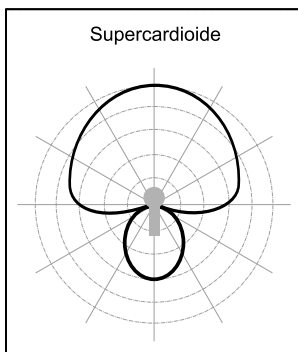


Figura 2. Microfone supercardioide.

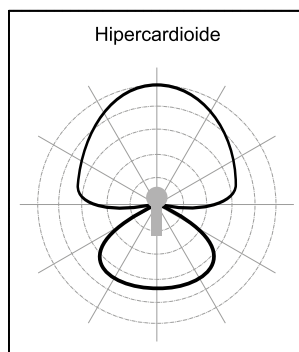


Figura 3. Microfone hipercardioide.

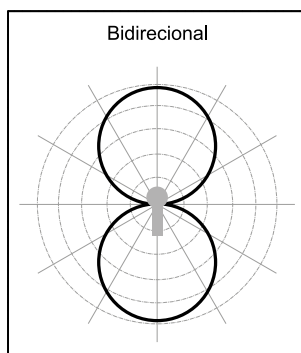


Figura 4. Microfone bidirecional ou figura 8.

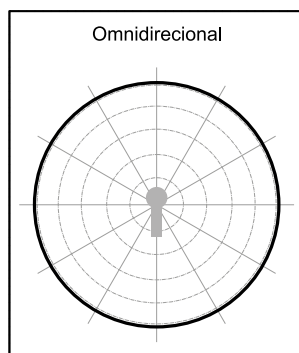


Figura 5. Microfone omnidirecional.

Mesa de som

Num estúdio, a mesa de som é o próximo estágio no “caminho do som”. A função simplificada da mesa de som é receber o som do microfone e distribuí-lo aos aparelhos desejados (sistema de gravação para registro, amplificador e caixas de som para escuta, etc.).

Uma mesa de som de alta qualidade não altera nem distorce o som captado pelo microfone. Ela transfere o som para o equipamento que vai armazená-lo com a mesma qualidade sonora que recebeu do microfone, sem acrescentar chiados ou ruídos.

O número de canais disponível não determina a qualidade do som, mas qual a quantidade de sons que podem ser manipulados ao mesmo tempo. Exemplo: para gravar com um microfone, só precisa de um canal na mesa. Existem mesas de seis canais, com excelente qualidade sonora; e mesas de 48 canais, com péssima qualidade de som.

Posicionamentos para gravação

A seguir, algumas posições recomendáveis para gravação de vozes em estúdio, de acordo com a quantidade de pessoas a serem gravadas.

- Gravando com uma pessoa (Figura 6).
- Gravando com duas pessoas (Figura 7 e 8).
- Gravando com três pessoas (Figura 9 e 10).
- Gravando com quatro pessoas (Figura 11).



Figura 6. Microfone em diagrama cardioide.

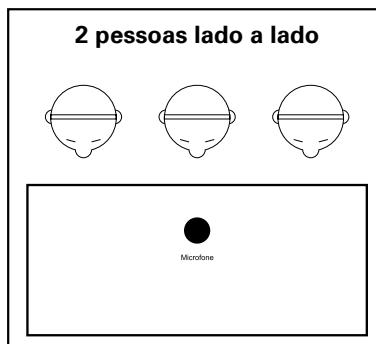


Figura 7. Lado a lado em microfone em diagrama cardioide.

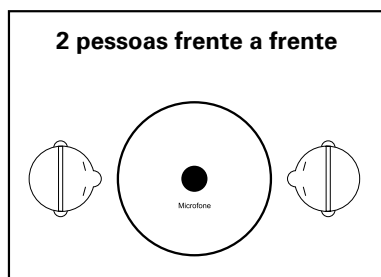


Figura 8. Frente a frente em microfone em diagrama hipercardiode.

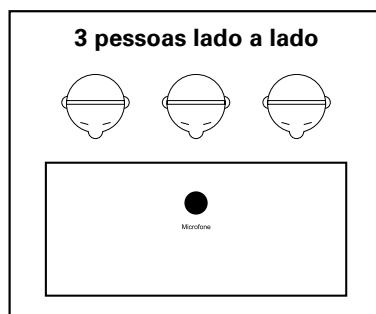


Figura 9. Lado a lado em microfone em diagrama supercardiide.

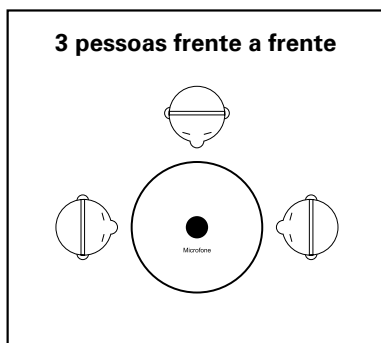


Figura 10. Frente a frente em microfone em diagrama hipercardiode.

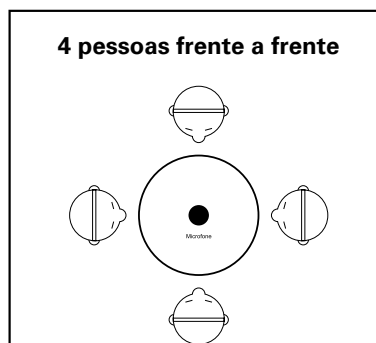


Figura 11. Em torno de microfone em diagrama hipercardiode.

Captação do som fora de estúdio

Quando se capta o som fora de um estúdio de áudio, os cuidados com a gravação são diferentes daqueles exigidos para gravação em estúdio. Numa externa, a possibilidade de interferência de ruídos indesejados na gravação final é maior do que se pensa inicialmente e as chances de gravação ficar inutilizada são grandes.

Geralmente, uma gravação é feita fora do estúdio por dois motivos: o interlocutor a ser gravado não tem disponibilidade para ir ao estúdio, ou se deseja situar o ouvinte no local onde é feita a gravação. Nesse último caso, pretende-se que os ruídos do ambiente de determinado local sejam captados na gravação, juntamente com o interlocutor. Em ambos os casos, deve-se sempre procurar um local adequado para a gravação.

Na primeira situação (não se quer captar o ambiente), o ambiente deve ser o mais silencioso possível, com menor reverberação e sem sons contínuos ou intermitentes, que possam atrapalhar a voz a ser gravada:

Em ambientes externos – A procura deve ser por jardins calmos e silenciosos, evitando-se árvores com muitos pássaros.

Em ruas movimentadas – Deve-se afastar o máximo possível do barulho causado pelo trânsito (carros em movimento) e se postar perto de obstáculos que possam bloquear esses ruídos.

Muito cuidado com o vento – Devem-se procurar cantos, becos ou barreiras naturais para se proteger do vento e, em último caso, usar o próprio corpo, colocando-se de costas para o vento para impedir que ele chegue ao microfone.

Em ambientes internos, deve-se procurar locais silenciosos, aproximando-se de móveis estofados, tapetes e cortinas, para equilibrar a acústica. Deve-se também fechar janelas e portas, para evitar a entrada de ruídos externos. Caso o espaço interno disponha de áreas como biblioteca,

sala de espera ou sala de reunião acarpetadas, deve-se gravar num desses recintos, ótimos locais para se captar som com clareza e nitidez¹.

No segundo caso (captar determinados ruídos do ambiente), é importante analisar muito bem se os ruídos do ambiente não são mais fortes, sonoramente, do que o som da voz do entrevistado. Um teste útil é analisar (antes de iniciar), se é preciso projetar a voz (“gritar”) para conversar no ambiente.

O local adequado é um ambiente propício para que as pessoas conversem em tom normal e se escutem, mesmo com os ruídos do ambiente.

Para garantir a qualidade do áudio, deve-se evitar a proximidade de máquinas ou de animais que produzam sons altos abruptamente, ou seja, sem avisar, pois esses sons podem aparecer no momento de um depoimento importante do entrevistado, que ficará inaudível na gravação. Nesse caso, deve-se optar por um ambiente menos barulhento, pelo menos onde os ruídos sejam constantes e de intensidade moderada.

Equipamentos para gravação

Os equipamentos para gravações externas devem ser compactos e de fácil manuseio. Gravadores portáteis – com ou sem microfones embutidos – são os mais comuns. Todos os equipamentos a serem usados durante a gravação devem ser testados previamente, antes de deixar a base.

Caso haja alguma dúvida sobre a carga das baterias desses equipamentos, devem-se providenciar baterias reservas. A situação ideal é sempre iniciar cada trabalho com baterias novas, pois a carga elétrica influi no desempenho dos equipamentos.

¹ Antes de gravar nesses recintos, não se deve esquecer de desligar telefones fixos ou celulares, computadores e aparelhos de ar condicionado que possam interferir na qualidade da gravação.

Mostrar sempre ao entrevistado todo o equipamento a ser usado no trabalho. Surpresas técnicas de última hora podem deixá-lo pouco à vontade. Durante a conversa preliminar, fazer testes de gravação com seu equipamento, gravando qualquer diálogo e escutando-o com o entrevistado. Assim, haverá segurança da qualidade captada e, ouvindo o resultado de sua voz, o entrevistado se sentirá mais seguro durante a gravação final.

Gravadores

Os gravadores portáteis são usados para possibilitar:

- A qualidade do som armazenado.
- A capacidade de armazenamento (tempo contínuo de gravação possível).
- A facilidade/praticidade no manuseio.

Gravadores digitais com memória interna – Esses são os mais modernos e bastante portáteis. Já vêm com microfones embutidos, a um custo razoável.

Os gravadores digitais permitem gravações de até duas horas ou mais, com taxa de amostragem de 44,1 KHZ, com alta qualidade e praticidade, pois alguns se conectam a computadores, facilitando a transferência dos arquivos de áudio e a posterior edição.

Microfones de gravação

Os microfones para gravação externa podem ser do tipo embutido (já inserido no gravador) ou externo (conectado no gravador portátil).

Microfone embutido – Vêm com diagrama de captação omnidirecional fixo, que também capta o som ambiente na gravação de uma fonte sonora específica (entrevistado).

Portanto, esse tipo de gravador só deve ser usado em ambiente silencioso. Além disso, deve ser posicionados bem próximo à principal fonte emissora de som, pois tendem a captar tudo ao seu redor.

Quando se usam microfones de mão externos, o resultado é melhor, pois geralmente esses microfones são munidos de diagrama cardioide fixo e bastante direcional, tendendo a captar menos o ambiente.

Em ambos os casos, os microfones devem ser direcionados para a boca do entrevistado, a uma distância média de 15 cm. Essa distância deve ser reduzida, caso a gravação seja feita em ambiente muito ruidoso¹.

Edição

Após a captação do áudio desejado (etapa da gravação), é preciso ouvir, analisar e executar tarefas como:

Suprimir partes indesejadas.

Trocar de ordem algumas falas.

Suprimir gaguejos, “bengalas” (é... é... é...) e respirações longas.

Substituir palavras que não ficaram claras.

Essas tarefas fazem parte da edição do áudio. A finalidade delas é garantir um produto final contendo apenas o que interessa aos objetivos do trabalho. No caso do Prosa Rural, toda a edição é feita no estúdio da Embrapa Informação Tecnológica, em Brasília, DF.

¹ Quanto mais ruidoso o ambiente, mais próximo deve ficar o microfone da boca do entrevistado. Mas atenção: independentemente da distância do microfone, é importante manter essa distância constante até o final do trabalho. Senão haverá variações no nível de áudio impossíveis de serem corrigidas posteriormente.

Edição não linear

A edição não linear é feita, digitalmente, num equipamento de áudio que permite “pular” ou “navegar” para frente e para trás na gravação, de modo imediato e instantâneo, ou seja, ir de um local para outro no áudio, sem ter que “correr” por toda a parte indesejada.

Atualmente, edições em computador são as mais comuns. Para isso, usam-se softwares específicos de edição de áudio. A edição não linear é muito mais rápida, precisa e eficiente. Portanto, recomenda-se importar o áudio captado (não importando em que sistema foi captado) para um sistema digital não linear, para se fazer a edição de áudio.

Dicas para uma boa edição

Para se editar um áudio adequadamente, é importante primeiro escutar toda a gravação, fazendo-se anotações, e atentando para as partes que interessam e para as que não interessam ao áudio final.

A edição perfeita é aquela que não é percebida pelo ouvinte, com cortes feitos em momentos que se encaixem com a parte que irá sucedê-los.

É importante atentar para o ambiente de fundo. Mudanças bruscas no som ambiente de gravação soam estranhos.

Não se deve gravar com músicas no fundo para edição posterior, por dificultar a edição. Assim, quando for cortada um frase do entrevistado a música irá “pular”.

Após a edição, deve-se escutar atentamente o material final editado, para certificar-se de que faz sentido a sequência final e se os cortes são ou não percebidos.

Som

O conceito de qualidade sonora é bastante subjetivo e amplo. Possui muitas variáveis, tais como a finalidade da gravação, os recursos disponíveis durante as gravações, se o áudio foi gravado em estúdio ou externa, etc. Contudo, uma gravação de qualidade gira em torno dos seguintes itens:

Bom nível de volume do som da fonte principal (nem muito baixo e nem muito alto).

Nenhuma distorção sonora ocasionada por volumes muito altos de captação ou microfones posicionados muito perto da fonte.

Boa relação sinal/ruído (sem chiados).

Nenhum ou poucos ruídos indesejáveis de fundo.

Voz sem reflexões de ambiente (sem eco ou reverberação).

Equalização balanceada.

Mixagem

A mixagem é a etapa na qual se misturam vários sons, já devidamente equalizados, para formar um novo som com todos os elementos anteriores em seus respectivos volumes. Nesse caso, podem-se misturar sons captados (voz do entrevistado) com uma sonoplastia (música de fundo ou efeitos sonoros).

Essa etapa requer uma mesa de som ou um mixer (software com vários canais de áudio). Uma vez unificados (reunidos), esses canais formam um novo canal (ou pista de áudio), que será transferido para um meio de distribuição.

Dicas para uma boa mixagem:

Escutar todos os elementos separadamente, equalizando-os, ou seja, uniformizando-os para atingir o som desejado.

Escolher qual dos elementos a serem misturados é o mais importante, ou seja, qual o som que deve ficar mais claro.

Aumentar o volume do som principal.

Subir o volume, um a um, dos outros elementos sonoros sem que nenhum tenha mais intensidade sonora do que o som principal.

Após colocar todos os elementos, analisar se é preciso qualquer alteração na equalização de cada um deles, pois eles podem estar com alguma frequência em choque e estarem se confundindo. Por exemplo, um efeito sonoro de ambiente de fábrica (grave) com passos de pessoas (grave).

Masterização

A masterização (criação da master ou matriz) é a última etapa de produção de áudio. Ela é feita após a mixagem. Nela, trabalha-se no áudio final para se corrigir o volume, a equalização ou a dinâmica do som (diferença entre o som de menor volume e o de maior volume da peça de áudio).

Deve ser feita no produto final (que vai ser veiculado ou copiado) em grande escala. Quando se produz uma gravação para ser inserida numa peça maior, não se faz a masterização, pois ela só será feita após a montagem do áudio final.

A masterização é feita por um software de áudio específico e deve ser executada por técnico de áudio experiente, com excelentes equipamentos de som para referência.

Copiagem

Uma vez finalizada a peça de áudio, passa-se à etapa de reprodução/copiagem para envio ou distribuição.

Formatos digitais

CD de áudio – O áudio para CD (no formato áudio ou CDA) pode ser gravado num computador. Esse formato permite a reprodução da gravação em qualquer CD player (doméstico, carro ou estúdio). O CD de áudio é gravado com faixas, como aqueles CDs de música comprados na loja.

CD de dados – O áudio também pode ser gravado, digitalmente, num CD, em forma de arquivos. Nesse caso, serão gravados para o CD arquivos de áudio que só poderão ser lidos/abertos num sistema operacional instalado num computador (Ex: Windows, Linux ou Macintosh).

Os áudios serão gravados em arquivos semelhantes a quaisquer outros arquivos de dados (textos, fotos, planilhas, etc.). Assim como existem vários tipos de arquivos de texto (.doc, .txt, .rtf e outros), também existem muitos tipos/formatos de arquivos que contêm áudio, como os apresentados a seguir:

Arquivos WAV – Os arquivos com extensão .wav são os arquivos de áudio padrão do sistema operacional Windows. Esse formato de arquivo não sofre nenhuma compressão quando salvo.

Quando se grava em .wav, tem-se o padrão de som dos CDs de áudio do mercado. Pode-se gravar em .wav em quaisquer taxas de amostragem (8 khz, 11 khz, 22.050 Hz, 44.1 khz, 48 khz, etc.), em mono ou estéreo, em 8, 16 ou 24 bits.

Gravar e armazenar em .wav garante a qualidade total do áudio, pois este não sofre compressão, mas gera arquivos grandes. Um minuto de áudio

em 44.1 khz, 16 bits, mono, gera um arquivo .wav de aproximadamente 10 Mb. No entanto, esse é o formato sugerido para o envio de áudios para o Prosa Rural, já que ele mantém a qualidade dos originais.

Arquivos Aif ou Aiff – São os arquivos de áudio, padrão do sistema operacional dos computadores Macintosh. Os arquivos com extensão .aif possuem a mesma qualidade e tamanho dos arquivos .wav. Atualmente, tanto o Windows opera áudios em extensão .aif quanto o Macintosh opera áudios armazenados em extensão .wav.

Arquivos MP3 – Os arquivos do tipo MP3 foram criados para atender a uma demanda de transmissão de áudio com qualidade, via Internet. Os arquivos .wav e .aif eram muito grandes para serem transmitidos pela web. Criou-se então um sistema de compressão de áudio que gerava arquivos 90 % menores (em 128 kbps) que os anteriores, com qualidade sonora semelhante. Pode-se converter um arquivo para MP3 em várias taxas de compressão, desde 64 kbps (kilobits por segundo) até 320 kbps. Quanto menor for a compressão, maior a qualidade de som e o tamanho do arquivo.

Sempre que convertidos para MP3, os áudios sofrem compressão e perda da qualidade sonora. Ainda assim, os arquivos MP3 oferecem qualidade de som para serem usados em programas de rádio quando são convertidos em 128 Kbps ou mais.

MD/DAT – Pode-se também transportar áudio de qualidade digital em Minidisc (MD) ou digital audio tape (DAT). Como mencionado anteriormente, o DAT oferece mais qualidade que o MD. Por sua vez, o DAT é um sistema linear de mais difícil manuseio.

Referências

AZOLIN, J. D. C. **Tributo ao padre-cientista**: Roberto Landell de Moura: o pioneiro das telecomunicações no Brasil. Disponível em: <http://doradioamad.dominiotemporario.com/doc/Landell_de_Moura.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2007.

BRASIL. Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o serviço de radiodifusão comunitária e dá outras providências. Diário [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 19 fev. 1998.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. Fome zero. Disponível em: <www.fomezero.gov.br/o-que-e->. Acesso em: 8 abr. 2016.

DEL BIANCO, N. R. Guia de produção radiofônica educativa: elementos de linguagem e criação de roteiros. Brasília, DF: Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, 2001.

EMBRAPA. Prosa Rural: o programa de prosa da Embrapa: parceiros. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/prosa-rural/radios-parceiras>>. Acesso em: 8 abr. 2016.

FERRARETTO, L. A. **Rádio**: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 2001.

MCLEISH, R. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001. 89 p.

ROQUE, C. E. Curso de locução. In: ENCONTRO DO PROSA RURAL, 2005, Brasília, DF. Curso... Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2005.

VEIRA, L. Ouça uma seleção dos melhores jingles de todos os tempos. **Revista Negócios da Comunicação**, São Paulo, ano 4, n. 22, 2006.

Literatura recomendada

BELTRÃO, S. L. L.; PEREIRA, F. do A. **Minibibliotecas, Prosa Rural e Dia de Campo na TV**: ações comunicativas e pedagógicas mediadoras de diálogo para o desenvolvimento rural sustentável - transferência de tecnologia e construção do conhecimento. Brasília, DF: Embrapa, 2013.

BIANCO, N. D. **Breve guia de produção radiofônica educativa**: elementos de linguagem e criação de roteiros. Brasília, DF: Faculdade de Comunicação – Universidade de Brasília, 2001.

DUARTE, J. M. **Pesquisa e imprensa**: orientações para um bom relacionamento. 2. ed. Brasília, DF: Embrapa-ACS, 2005.

MALAVOY, S. **Guia prático de divulgação científica**. Rio de Janeiro: Casa de Oswaldo Cruz, 2005.

MANUAL geral da redação. 2. ed. São Paulo: Folha de São Paulo, 1987.

MIURA, J.; ESCOBAR, J. L. Pesquisa de recepção do programa de rádio Prosa Rural: propondo uma metodologia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2008. p. 1-15. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-2131-1.pdf>>. Acesso em: 8 abr. 2016.

OLIVEIRA, I. Q. L. de. **Rádio e relacionamento**: Programa Prosa Rural. 68 f. 2006. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica de Marketing) – Fundação Getúlio Vargas, Brasília, DF.

PEREIRA, F. do A. Ações da Embrapa em disseminação da informação. In: CAROSO, N. L. (Comp.). Educación a distancia, tecnología de la información y la comunicación y ruralidad: enfoque local y perspectiva global. Buenos Aires: Inta, 2008. p. 25-28. Disponível em: <http://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-tics_y_ruralidad.pdf>. Acesso em: 8 abr. 2016.

PEREIRA, F. do A. Democratizar a informação e promover o desenvolvimento. **Correio Brasiliense**, Brasília, DF, 12 dez. 2006. Caderno Opinião.

PEREIRA F do A.; ESCOBAR, J. L. Prosa Rural: divulgação de tecnologias agropecuárias pelas ondas do rádio: resultados de uma pesquisa de audiência. **Inclusão Social**, Brasília, DF, v. 4, n. 1, p. 9-18, 2010.

PEREIRA, F. do A. **“Velhas” ferramentas e “novos” arranjos para a universalização do acesso à informação**. 2009. 146 f. Dissertação (Mestrado) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, DF.

PORCHAT, M. E. **Manual de radiojornalismo Jovem Pan**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

SAROLDI, L. C.; MOREIRA, S. V. **Rádio Nacional, o Brasil em sintonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: Martins Fontes: Funarte, 1984. (Coleção MPB, 13).

SILVA, J. L. de O. A. de. **Rádio**: oralidade mediatizada: o Spot e os elementos da linguagem radiofônica. São Paulo: Annablume, 1999.

SPADA, A. L. **Microfone**: parte 2. 2008. Disponível em: <http://www.attack.com.br/artigos_tecnicos/mic_2.pdf>. Acesso em: 12 set. 2008.

Anexo 1

Um Abraço ao Prosa Rural

*José Luiz do Nascimento Sóter
Coordenador Executivo da Abraço Nacional*

Olá, RADIALISTAS COMUNITÁRIOS de todo o Brasil!

Venho aqui bater um “dedo de prosa” com vocês sobre uma realidade: “o tempo voa e a gente continua aqui numa boa”. O assunto que vou trazer é a parceria da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária – Abraço e a Embrapa para a criação desse projeto vitorioso que é o programa PROSA RURAL.

Foi no início de 2003, no primeiro mandato do Presidente Lula. Meu amigo Fernando Amaral assumiu a Embrapa Informação Tecnológica e queria ampliar a divulgação das atividades de sua área. A Abraço estava em uma luta pela legitimação das rádios comunitárias junto à sociedade brasileira para fazer frente aos ataques permanentes da mídia comercial convencional vinha fazendo contra o novo serviço de radiodifusão, jogando as comunidades contra as rádios e ameaçando aqueles que “se atreviam” a se organizar para ter acesso a uma outorga junto ao Ministério das Comunicações. Já havíamos seduzido alguns membros da vida acadêmica por meio dos cursos de comunicação social. Alguns pesquisadores já iniciavam algumas produções acadêmicas sobre o fenômeno comunicacional, portanto, ter uma empresa pública do porte da Embrapa como parceira seria a consagração da estratégia política.

Por outro lado, como profissional da área agrícola e agrônômica, com passagem pela área de fiscalização do Banco do Brasil no interior de Goiás e como produtor familiar em Catalão-GO, sentia necessidade de promover aos micro e pequenos produtores rurais o acesso às tecnologias

produzidas pela Embrapa, que, até então, ainda era voltada quase que exclusivamente para o agronegócio e as indústrias multinacionais de insumos e implementos agrícolas.

Assim, quando instados aceitamos na hora participar da criação e veiculação desse programa premiado internacionalmente.

A princípio era apenas para a área do Semiárido, depois, com o sucesso, se expandiu para todo o Brasil.

Qual foi a nossa participação nessa parceria?

Sugerimos o formato de 15 minutos, para que fosse facilmente aceito dentro de outros programas sertanejos que já houvessem e para que facilitasse a adesão das emissoras, por não ocupar muito espaço na programação.

Sugerimos que a linguagem fosse o mais popular possível e que respeitasse as regionalidades, assim são feitos cinco programas, com a linguagem que tem a cara de cada região.

Assim surgiu o PROSA RURAL, unindo a “fome com a vontade de comer” e a Abraço e a Embrapa continuam juntas como “unha e carne” e como o mítico Prometeu, em prol da democratização da circulação da informação para garantir aos micros e pequenos produtores e aos agricultores familiares de todo o Brasil o acesso a tudo de conhecimento que é produzido pela Embrapa, contribuindo para o desenvolvimento da agricultura e da pecuária no país.

Pois é. Hoje, sob o comando de Selma Beltrão e equipe “O tempo passa o tempo voa e nós continua aqui numa boa!”

Anexo 2

A experiência com a construção da rede de radialistas parceiros

*Maria Clara Guaraldo Nataroberto
Jornalista - Embrapa Informação Tecnológica*

A Rede de Radialistas parceiros do Prosa Rural começou a ser construída com o início do Plano Brasil sem Miséria (PBSM), em 2012, quando a Embrapa assumiu o desafio de participar do plano, se fazendo presente em 14 Territórios da Cidadania, no Nordeste brasileiro e norte de Minas Gerais.

O principal objetivo da Rede é tornar os radialistas parceiros na disseminação das informações geradas pela Embrapa e, assim, potencializar os conteúdos divulgados pelo Prosa Rural junto aos municípios e aos agricultores familiares. Espera-se que os radialistas, que transmitem o programa Prosa Rural, repercutam em suas emissoras, a maioria comunitárias, os conteúdos divulgados pela Embrapa e, como consequência, contribuam para o desenvolvimento local sustentável.

O caso do radialista Erivam Rubem, da Rádio Pedras Soltas, em Itapetim, Pernambuco, é exemplo de como o Prosa Rural vem contribuindo para o desenvolvimento local. Há mais de seis anos, quando iniciou a parceria com o Prosa Rural em sua rádio, veiculou um programa sobre apicultura. No dia seguinte, foi procurado por um grupo de agricultores produtores de mel, solicitando a reprise do programa e onde obter mais informações sobre o tema.

À época, o radialista ligou para o número 0800 646 1160 (serviço de atendimento gratuito do Prosa Rural), em Brasília que, por sua vez, encaminhou a demanda para a Embrapa Semiárido (Petrolina/PE). “A Embrapa

Petrolina deu todas as informações que os agricultores necessitavam. Então eles se organizaram e fundaram uma associação de apicultores no município de Itapetim (PE). A produção de mel está em ascensão e o Prosa Rural proporcionou este despertar”. (relato dado pelo radialista, em 2012, durante o encontro de radialistas do PBSM realizado pelo Prosa Rural, em Recife).

É justamente por acreditar nesse “despertar” relatado pelo radialista, que a Embrapa Informação Tecnológica, em parceria com o Departamento de Transferência de Tecnologia (DTT), o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e a Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço), iniciou as oficinas de capacitação de radialistas parceiros do Prosa Rural em 2012.

Percebeu-se que várias emissoras que transmitiam o programa na região Nordeste e no norte de Minas Gerais estão localizadas nas áreas de atendimento do Plano Brasil Sem Miséria, por isso, são grandes as possibilidades do Prosa Rural chegar aos agricultores ouvintes dessas rádios parceiras da Embrapa, como aconteceu com a comunidade de Itapetim. Os encontros buscaram também sensibilizar os comunicadores quanto ao papel do radialista como agente de mobilização social em sua comunidade.

Assim, as primeiras oficinas realizadas em Recife (PE) e Salvador (BA), sob a coordenação da Embrapa, reuniram 90 profissionais de comunicação de rádios comunitárias, comerciais e educativas. Durante os encontros, além de participarem de Oficinas sobre Técnicas de Entrevista, Técnicas de Locução e Técnicas em Elaboração de Projetos, os radialistas estiveram presentes em painéis e palestras que incluíram os seguintes temas:

- A Importância do Comunicador Popular no Desenvolvimento Local
- O Plano Brasil sem Miséria: Mobilização no Combate à Pobreza
- O Rádio e o Radialista no Desenvolvimento Rural Sustentável

- O Prosa Rural como instrumento de apoio à Transferência de Tecnologia
- Como Aproveitar o Prosa Rural em Programas de Rádios Locais
- Prosa Rural: sugestões de melhorias e inovações

Para selecionar os participantes, a Embrapa Informação Tecnológica seguiu os seguintes critérios: as rádios parceiras deveriam estar localizadas em municípios de atuação da Embrapa no Plano Brasil sem Miséria do Governo Federal, ou seja, em 14 Territórios da Cidadania que compreendem: Agreste Alagoano (AL), Alto Oeste Potiguar (RN), Alto Sertão Sergipano (SE), Velho Chico (BA), Irecê (BA), Sertão do Araripe (PE), Borborema (PB), Cariri (CE), Inhamuns-Crateús (CE), Vale do Guaribas (PI), Baixo Parnaíba e Cocais (MA), Serra Geral (MG) e o município de Campo Formoso no território Piemonte Norte de Itapecuru (BA). Ao mesmo tempo, essas rádios deveriam ser parceiras do Prosa Rural ou já ter transmitido o programa em um determinado momento de suas trajetórias.

Consolidação da rede de comunicação Embrapa e radialistas – com o objetivo de ampliar a rede de radialistas parceiros do Prosa Rural, em 2014, foram capacitados mais cem radialistas em três encontros, nos municípios do Crato (CE), Aracaju (SE) e Janaúba (MG). Os eventos contemplaram radialistas de emissoras de municípios inseridos nos Territórios do Cariri (CE), Alto Oeste Potiguar (RN), Alto Sertão Sergipano (SE), Agreste Alagoano (AL) e Serra Geral (MG). Além das tradicionais parcerias do Departamento de Transferência de Tecnologia (DTT), da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária (Abraço) e do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), os eventos ganharam novos apoios, com a participação de instrutores da Universidade Federal do Cariri (Crato/CE); da Rádio UFS FM da Universidade Federal de Sergipe (Aracaju/SE); da Rádio Comunitária UFMG Educativa (Belo Horizonte/MG); e da organização não-governamental Associação Imagem Comunitária (Belo Horizonte/MG).

As capacitações objetivaram também estimular os profissionais para que se tornem capazes de compreender melhor as potencialidades do programa Prosa Rural como ferramenta de apoio à transferência de tecnologia, a fim de que haja melhor aproveitamento, em âmbito local, dos conteúdos veiculados pelo programa. Torná-los parceiros da Embrapa no PBSM e emissores de informações para o Prosa Rural são expectativas deste projeto.

Dessa forma, a programação foi construída tendo como objetivo final a produção de um programa radiofônico sobre desenvolvimento local, por território, e a criação de uma rede de comunicação Embrapa e radialistas.

Cada encontro contou com a carga horária de 16 horas, e foi realizado no fim de semana, conforme a disponibilidade dos participantes, pois os radialistas não têm condições de se ausentarem das emissoras durante a semana por serem responsáveis pela grade de programação e por programas específicos.

Para selecionar os participantes, a Embrapa Informação Tecnológica contou com o apoio dos comunicadores das Unidades Descentralizadas que foram a campo visitar as emissoras e convidar os radialistas. Durante este trabalho de prospecção, o programa de rádio Prosa Rural também foi apresentado aos comunicadores das emissoras, bem como a ficha de adesão ao mesmo. O fator determinante para a participação nas oficinas era a emissora estar localizada em municípios atendidos pelo PBSM.

A seguir os temas que integraram a programação:

- Prosa rural como apoio a ações territoriais
- Ano Internacional da Agricultura familiar, Plano Brasil sem Miséria, o papel da Embrapa nos territórios do PBSM
- As rádios comunitárias no Brasil

- As experiências de repercussão local do Prosa Rural e como o programa pode apoiar o desenvolvimento dos projetos de inclusão produtiva rural
- Oficina de produção radiofônica (programa de rádio produzido a partir de entrevistas com os líderes dos Territórios do PBSM)
- A Importância do trabalho em rede para a produção de conteúdos
- O papel de diversos atores na rede e nos territórios

Durante os eventos, os comunicadores participaram de uma oficina de produção radiofônica e, como atividade prática, produziram um pequeno programa que foi veiculado de forma regional nas suas emissoras, relacionando a importância da comunicação nos territórios com as tecnologias sociais que vêm sendo trabalhadas com os agricultores familiares pelos projetos territoriais em execução pela Embrapa e parceiros. Foi também um momento importante para ampliar as parcerias em torno do programa semanal de rádio Prosa Rural, porque muitos radialistas demonstraram interesse em retransmitir o programa para suas comunidades.

Outro desdobramento dos encontros foi a consolidação da rede de comunicação Embrapa e radialistas nesses territórios, com o objetivo de discutir e divulgar as ações do Plano Brasil sem Miséria nos Territórios onde ocorreram as capacitações. A rede se apoiou no uso das redes sociais como a criação de página no facebook para divulgação das ações do PBSM no Cariri e Alto Oeste Potiguar, assim como na criação de grupos de Whatsapp para divulgação das ações do plano no Agreste Alagoano e Alto Sertão Sergipano, e no Cariri e Alto Oeste Potiguar.

Mediante as experiências apresentadas, a certeza é que, assim como atuamos no Plano Brasil Sem Miséria (PBSM) para que os agricultores familiares possam se inserir mais fortemente no setor produtivo, estamos nos esforçando para que o mesmo ocorra do ponto de vista de uma comunicação para o desenvolvimento. Acreditamos que a Embrapa, com seu

corpo de profissionais, tem muito a contribuir nesse sentido, haja vista a debilidade e os desafios em que a rede de assistência técnica e extensão rural tem de se deparar no cotidiano de suas atividades, e o Prosa Rural é um importante instrumento para esse processo de desenvolvimento da agricultura familiar.

Anexo 3

Termos mais usados em rádio

Atropelar música	Falar em cima da voz do cantor
Assinatura	Usada nos encerramentos dos comerciais, normalmente com endereço e telefone
BG	Background – música ou som de fundo
Capela	Locução a seco, sem BG
Chamada	Comercial de um programa ou da própria emissora
Encerramento da música	Tempo instrumental no final da música
Fade-in	Música ou locução começa com modulação baixa e vai aumentando gradativamente
Passagem	Mudança de uma música ou comercial para outra coisa
Playlist	Hits da programação musical
Queimar música	Falar na introdução musical
Trilha	O mesmo que BG

Anexo 4

Cessão de direitos autorais

Cessão de direitos autorais

Eu, _____ ,
portador da carteira de identidade nº _____
e do CPF _____ , autorizo o uso de minha obra
artística, intitulada _____ ,
pelo Programa *Prosa Rural*, da Empresa Brasileira de Pesquisa
Agropecuária (Embrapa) em parceria com o Plano Brasil Sem
Miséria, a ser transmitido por quaisquer emissoras, comerciais ou
comunitárias.

Declaro ainda que a Embrapa não deve a mim nenhum tipo de
remuneração pelo uso da obra _____ , a
título de direitos autorais ou a qualquer outro pretexto. Asseguro
também que a referida obra é de minha autoria e que seu uso não
viola qualquer direito de terceiros.

Local e data

Assinatura do autor