



## **Divulgação científica pelas ondas do rádio: resultados de uma pesquisa de audiência e de recepção do Prosa Rural – o programa de rádio da Embrapa<sup>1</sup>**

Juliana ESCOBAR<sup>2</sup>

Embrapa Informação Tecnológica - Brasília, DF

### **RESUMO**

Apresentação dos principais resultados da primeira pesquisa de audiência e de recepção do programa de rádio da Embrapa, Prosa Rural, realizada na região Nordeste do Brasil. Para a pesquisa de audiência foram aplicados dois mil questionários em potenciais ouvintes de municípios onde há emissoras parceiras veiculando o programa. Posteriormente, foi realizada uma pesquisa de recepção com a realização de grupos de discussão formados por diferentes perfis de ouvintes do programa. O principal dado apontado pela pesquisa de audiência é que, no universo pesquisado, o Prosa Rural tem 4,5% de audiência. Nos seis grupos de discussão realizados com ouvintes em geral do programa, jovens rurais e produtores familiares, o caráter educativo que o programa assume perante o público ficou evidente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio; Pesquisa de audiência; Pesquisa de de opinião; Prosa Rural; Embrapa.

### **Introdução**

Este artigo apresenta os principais resultados da primeira pesquisa de audiência e de opinião sobre o Prosa Rural, o programa de rádio da Embrapa, focando-se nos levantamentos feitos junto a seus ouvintes. A pesquisa, realizada na região Nordeste do País (onde teve início, em 2004, a veiculação do Prosa Rural), foi realizada em três etapas: a primeira foi composta por dois levantamentos, um com profissionais da extensão rural e outro com representantes de rádios parceiras. A segunda, um *survey*, foi a pesquisa de audiência propriamente dita, com a aplicação de dois mil questionários em potenciais ouvintes do programa de municípios onde existem emissoras que o veiculam. Na terceira etapa, uma pesquisa de opinião, foram realizados nove grupos de discussão, um com pesquisadores da Embrapa, dois com profissionais da extensão rural e seis com ouvintes do Prosa Rural com diferentes perfis: jovens de até 26 anos (um grupo); produtores rurais ou pessoas que se dedicam, de alguma forma, a atividades agropecuárias (um grupo), e ouvintes do Prosa Rural em geral (quatro grupos). Os resultados da primeira e da segunda etapa já foram divulgados anteriormente, conforme referências ao final deste artigo.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre em Tecnologias de Comunicação e Cultura / PPGC / UERJ. Jornalista da Embrapa Informação Tecnológica.



No presente trabalho, divulga-se, pela primeira vez, os resultados da terceira etapa da pesquisa, a de opinião, concentrando-se, como dito anteriormente, nas informações coletadas em seis dos nove grupos de discussão realizados – aqueles que reuniram ouvintes do Prosa Rural, jovens rurais e pequenos produtores. São retomados alguns dados da pesquisa de audiência, já divulgados, e são apresentados outros, que ainda não haviam sido explorados, com o objetivo de identificar as relações entre as informações estatísticas coletadas no *survey* e as opiniões expressas pelos ouvintes durante os grupos de discussão.

Criado como instrumento de divulgação científica, o Prosa Rural tem como principal objetivo levar ao conhecimento de jovens e de produtores rurais da agricultura familiar resultados de pesquisas desenvolvidas pela Embrapa. O projeto para a realização da pesquisa de audiência e de opinião sobre o programa foi idealizado a fim de se descobrir se tal objetivo vem sendo alcançado.

Assim, em 2008, uma metodologia foi proposta para a realização de tal pesquisa, de modo que se levasse em conta todas as particularidades do Prosa Rural<sup>3</sup>. Aliando-se se técnicas quantitativas e qualitativas para a realização de entrevistas, pretendia-se consultar os diferentes agentes envolvidos na produção e na veiculação do Prosa Rural, (pesquisadores da Embrapa e radialistas parceiros) além de distintos públicos de interesse (principalmente jovens e produtores da agricultura familiar, público-alvo do programa, mas também os radialistas, além de profissionais da extensão rural).

A pesquisa completa foi realizada entre julho de 2009 e dezembro de 2010, pela Exatta – Empresa de Pesquisas Técnicas, de Recife (PE), especialmente contratada para este fim. Sua abrangência restringiu-se aos nove estados do Nordeste brasileiro, limitando-se a uma única região do País devido à escassez de recursos. Optou-se pelo Nordeste porque é a região na qual o programa está sendo veiculado há mais tempo (desde 2004), e onde se concentra quase a metade do número de emissoras parceiras da iniciativa (579 das 1.310 / 44,19%). Além disso, o Prosa Rural foi estruturado com base em uma pesquisa de campo realizada, em 2003, nos estados nordestinos cujas constatações nortearam a definição do formato e da linguagem adotados pelo programa, que tinham como foco, àquela época, especificamente o semiárido nordestino.

## **Um breve histórico**

O Prosa Rural foi idealizado em 2003 no âmbito do programa Fome Zero, do Governo Federal, integrando iniciativas da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa – vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento / Mapa), no sentido de ampliar o acesso da

---

<sup>3</sup> Sobre tal metodologia, consultar ESCOBAR, Juliana L. MIURA, Juliana. *Pesquisa de recepção do programa de rádio Prosa Rural: propondo uma metodologia*, disponível online: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-2131-1.pdf>>



população às informações sobre as pesquisas científicas desenvolvidas pela empresa. Em 2004, o programa começou a ser veiculado no semiárido nordestino, por meio de 50 emissoras, e, atualmente, está presente em todo o País, contabilizando um total de 1.310 rádios parceiras que o recebem gratuitamente da Embrapa (por correio ou pela internet).

Com periodicidade semanal, o programa tem 15 minutos de duração e possui quatro grades de programação regionalizadas (Nordeste e Vale do Jequitinhonha / Norte / Centro-Oeste e Sudeste / Sul). Coordenado pela Embrapa Informação Tecnológica, unidade de serviço da empresa situada em Brasília, seu conteúdo é produzido pelas unidades de pesquisa da Embrapa e por Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária (Oepas).

Ferramenta de divulgação científica, o Prosa Rural não é um veículo de promoção institucional da Embrapa e, portanto, seu conteúdo não é publicitário. Sua função é, acima de tudo, informativa e, por isso, a linguagem predominante é a jornalística. Seu formato é o de um programa de variedades, sendo composto pelos seguintes quadros: Um dedo de prosa (entrevista com pesquisadores sobre a tecnologia apresentada); Fala produtor (depoimentos de produtores que conhecem a tecnologia); Pitacos da hora (passo a passo para a adoção da tecnologia ou receita culinária); Favas contadas (quadro cultural com músicas, poemas ou radiodramas que buscam valorizar a cultura local), e Ao pé do ouvido (dicas sobre direitos e deveres dos cidadãos e de responsabilidade social e ambiental, etc.).

Sem qualquer caráter comercial ou propagandístico, o Prosa Rural diferencia-se de outros programas de rádio em vários aspectos. Primeiro, seu conteúdo trata, exclusivamente, de resultados de pesquisas agropecuárias desenvolvidas pela Embrapa e seus parceiros, e tem como objetivo promover a divulgação científica. Além disso, sua produção é coletiva e descentralizada: as entrevistas e demais quadros do programa são produzidos por profissionais da Embrapa e das Oepas que, em alguns casos, não são jornalistas. Por fim, sua veiculação é descentralizada e gratuita, sem qualquer custo para as emissoras parceiras, que também não cobram da Embrapa pela divulgação do programa. Por outro lado, a empresa não tem qualquer ingerência sobre essa veiculação, cujos dias e horários são livremente definidos pelas rádios.

### **Pesquisa de opinião: metodologia e principais resultados**

Conforme previsto no projeto inicial, a pesquisa de opinião (qualitativa) foi realizada depois do *survey* (pesquisa quantitativa), que forneceu dados estatisticamente válidos quanto ao alcance real do Prosa Rural e ao perfil do seu público ouvinte, assim como sua localização. Com tais dados consolidados, foi possível delinear perfis específicos de ouvintes que serviram de base para o recru-



tamento dos integrantes dos grupos de discussão. Optou-se por apresentar, primeiramente, as informações obtidas na pesquisa de opinião, porque esta é a primeira vez que estão sendo divulgadas.

Grupo focal ou grupo de discussão é um método comum na aplicação de pesquisas qualitativas, que objetivam mapear as expectativas, percepções, sentimentos, aspirações, opiniões e proposições de conjuntos de atores a respeito de um tema específico. Maria Eugênia Belczak Costa lembra que “o Grupo Focal tem grande potencial para complementar pesquisas quantitativas e pode ser usado antes ou depois delas.” A autora também considera que

O Grupo Focal, como ferramenta de pesquisa qualitativa, ajuda a identificar tendências, o foco, desvenda problemas, busca a agenda oculta do problema [...]. Quando bem orientado, permite a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepções das pessoas (2006, 181).

Essa metodologia permite a interação de indivíduos com hábitos e atitudes semelhantes. A verbalização informal de opiniões, sentimentos e emoções dos participantes favorece a apreensão das suas referências, valores, modelos de comportamento, visões do mundo e das questões examinadas. O mediador procura focalizar e conduzir a discussão para os pontos específicos que deseja investigar.

Os seis grupos de discussão objeto deste artigo foram realizados nos estados de Pernambuco, Bahia e Paraíba, entre os dias 27 de agosto e 16 de novembro de 2010. Foram considerados como universo, para a realização dos grupos, os municípios que, segundo a pesquisa de audiência, apresentaram maior número de ouvintes do Prosa Rural. Em seguida, os critérios adotados foram a existência, nesses municípios ou arredores, de emissoras parceiras que veiculam o programa, assim como de unidades da Embrapa. Por fim, foram consideradas questões de ordem logística (facilidade de deslocamento, infraestrutura, custos, etc.).

Na tabela a seguir, constam informações sobre a configuração dos seis grupos:

Tabela 1 – Configuração dos grupos de discussão com ouvintes do Prosa Rural em geral, jovens rurais e produtores rurais.

GRUPO	PERFIL	COMPOSIÇÃO	CIDADE
1	Ouvintes em geral	10 integrantes: 3 homens / 7 mulheres	Recife (PE)
2	Ouvintes em geral	10 integrantes: 6 homens / 4 mulheres	Cruz das Almas (BA)
3	Ouvintes em geral	11 integrantes: 6 homens / 5 mulheres	João Pessoa (PB)
4	Ouvintes em geral	11 integrantes: 7 homens / 4 mulheres	Campina Grande (PB)
5	Jovens rurais	11 integrantes: 6 homens / 5 mulheres	Petrolina (PE)
6	Produtores rurais	11 integrantes: 6 homens / 5 mulheres	Petrolina (PE)

Para a composição dos quatro grupos de ouvintes em geral, considerou-se o perfil do ouvinte médio do Prosa Rural na região Nordeste, delineado a partir dos dados da pesquisa de audiência:



homens, com mais de 45 anos, com, no máximo, o 2º grau completo, com faixa salarial de, no máximo, três salários mínimos.

Além de integrantes com esse perfil, os participantes desses grupos atendiam a outros requisitos, estipulados também a partir dos dados obtidos com o *survey*: produtor rural, proprietário de terra, analfabeto ou que lê e escreve, com renda de até um salário mínimo, com mais de 45 anos, quando homem, e, quando mulher, com idade entre 35 e 44 anos; trabalhadores assalariados em atividade rural; jovens entre 16 e 24 anos, com renda de, no máximo, três salários mínimos e com o 1º grau completo; dona de casa, com 1º grau completo, que tenha entre 35 e 44 anos, com renda de até um salário mínimo, e, também, pessoas que não exerçam qualquer atividade rural, com mais de 40 anos, e, no máximo, o 1º grau completo. No caso de jovens rurais e produtores familiares, público-alvo do programa, ser ouvinte do Prosa Rural não era condição para participar do grupo de discussão.

Assim, o perfil do grupo de jovens era de homens e mulheres com idade entre 18 e 30 anos, que atendessem a pelo menos um dos três requisitos: ser morador de área rural, exercer alguma atividade rural ou ser filho de produtores rurais. Durante a discussão, alguns participantes disseram não ter tido capacitação formal para desenvolver suas atividades de trabalho. Como forma de compensação, afirmaram buscar informações voltadas para as tarefas rurais nos meios de comunicação.

Já o perfil do grupo formado apenas por produtores rurais era o mais variado possível: homens e mulheres com mais de 30 anos; proprietários e empregados rurais; donos de áreas com diferentes tamanhos, (mas não acima de 30 hectares). Alguns se dedicavam a tarefas agrícolas, plantando frutas e hortaliças, e outros desenvolviam criação de caprinos e ovinos em pequenos sítios. Em Petrolina muitos dos participantes dos grupos trabalham nas lavouras de uva, atividade que vem se destacando na região nos últimos anos, com a produção de vinhos e outros derivados da fruta.

Em todos os grupos, após alguns minutos de discussão, foi feita a audição conjunta de um programa inteiro do Prosa Rural, já veiculado, especialmente selecionado para a atividade.<sup>4</sup> Durante as discussões, os participantes foram convidados a expressar opiniões, impressões, críticas e expectativas em relação ao programa. Foram abordadas questões referentes à linguagem, duração e temática do Prosa Rural, e também quanto ao conteúdo dos seus quadros. A seguir, passa-se a relatar alguns detalhes da realização desses grupos e as principais análises apresentadas pela Exatta, empresa responsável pela pesquisa.

---

<sup>4</sup> O programa selecionado foi *Escolha de mudas sadias de banana*, produzido em parceria pela Embrapa Mandioca e Fruticultura (Cruz das Almas – BA) e pela Embrapa Amazônia Ocidental (Manaus – AM), que pode ser conferido no site do Prosa Rural em <<http://hotsites.sct.embrapa.br/prosarural/programacao/2009/escolha-de-mudas-sadias-de-banana/?searchterm=Banana>>



A credibilidade da Embrapa foi um aspecto especialmente ressaltado no grupo formado apenas por produtores rurais, entre os quais, percebeu-se, a empresa é tida como instituição confiável.

*“Um órgão que a gente confia. É uma coisa do governo, que é nossa e que a gente tem confiança. A pesquisa da Embrapa é uma pesquisa muito bem feita”.*

(Homem, com mais de 30 anos – Petrolina/PE)

A maioria dos participantes dos grupos afirmou acompanhar o Prosa Rural pelo rádio, outros (principalmente os mais jovens, com menos de 30 anos) disseram que o ouvem na internet<sup>5</sup>, e houve quem afirmasse que o sintoniza no celular.

*“A grande demanda de hoje são os celulares, tanto os jovens como os adultos vão trabalhar ouvindo o celular. Só que no caso da rádio AM não pega nos celulares, só a FM. Então seria interessante ou mudar a tecnologia dos celulares, colocar a rádio AM a mais, ou o programa Prosa Rural ter um espaço na rádio FM, no horário que a gente possa ouvir também”.*

(Jovem rural, mulher – Petrolina/PE)

De modo geral, o interesse pelo programa se deve ao seu caráter informativo, capaz de conter novidades relacionadas ao trabalho a que alguns dos integrantes dos grupos se dedicam.

*“Me interessei porque eu gosto de sempre saber como plantar e como colher, porque é uma coisa boa. Teve também uma conversa sobre leite, isso também é bom porque a gente já entende alguma coisa, tem outras coisas importantes que você tem que aprender mesmo. Tem coisas que você não sabe assim... a diferença de uma coisa da outra, de uma semente para outra...”.*

(Homem - Recife/PE)

Pessoas de origem rural que não se dedicam a atividades agropecuárias porque migraram para a cidade, demonstraram admiração pelo programa, apreciando seu formato e temática. Algumas afirmaram ter tido o interesse pelo Prosa Rural despertado por pais ou avós que já o conheciam e tinham o hábito de ouvi-lo. Mesmo quem não tem relação com a área rural demonstra interesse pelo programa.

*“O que me incentiva muito mais é porque eu fui criado na roça, meus pais eram da roça e na época que eu convivia lá com eles, lá no sertão, é tudo que a gente vê na rádio era o que acontecia e acontece com nossos familiares. Mas que esse programa aí incentiva quem gosta de plantar, isso aí é arregrado”.*

(Homem - Campina Grande/PB)

*“Só quem não gosta de roça é que não gosta desse programa.”*

(Jovem rural - homem – Petrolina/PE)

---

<sup>5</sup> Além de ser veiculado pelas rádios parceiras, que o recebem pelo correio ou via internet, o Prosa Rural também está disponível em seu site oficial ([www.embrapa.br/prosarural](http://www.embrapa.br/prosarural)), atualizado semanalmente. Todos os programas já produzidos desde sua criação podem ser ouvidos, integralmente, nesse endereço.



*“Acho mais interessante ali é a maneira deles passarem a informação teórica pra o público, porque muitas vezes a gente trabalha ... eu mesmo sou filho de agricultor e quero manter essa herança de meus pais.”*  
(Homem - Campina Grande/PB)

*“Tem gente que não planta e se interessa. Meu esposo não planta, mas ele tem muito interesse”.*  
(Mulher, entre 18 e 30 anos – Petrolina/PE)

*“É o caso também do meu esposo. Eele queria fazer uma horta, queria criar galinhas, ele gosta e não conhece muito esta área. Então assiste ao programa para aprender”.*  
(Mulher, entre 18 e 30 anos – Petrolina/PE)

Nos seis grupos de discussão, o caráter educativo que o programa assume perante os ouvintes ficou evidente (*grifos da autora*).

*“Eu fico satisfeita ao ouvir porque é **um aprendizado** que a gente não tem na escola. E mesmo que a gente não saiba contar aqui, tenho certeza que todo mundo aqui **aprende** alguma coisa.”*  
(Jovem rural – mulher - Petrolina /PE)

*“Eu gosto porque fala muito da zona rural, é muito interessante, a gente escutar **para poder aprender mais**”.*  
(Homem - Cruz das Almas/BA)

*“**Traz um aprendizado**, as coisas que você não aprende na escola... é uma informação extraordinária pra gente”.*  
(Mulher, entre 18 e 30 anos – Petrolina/PE)

*“Mesmo a gente tendo a orientação do técnico, é sempre bom a gente **aprender mais um pouco**”.*  
(Mulher, entre 18 e 30 anos – Petrolina/PE)

Algumas pessoas destacam a dificuldade de acesso a informações que enfrentam, assim como a ausência de recursos para custear consultorias ou assistências técnicas, citando a importância do programa diante dessa realidade. Relataram que, com a dicas do programa, conseguiam resolver problemas com suas lavouras e criações, sem qualquer ônus.

*“Nem sempre a gente tem dinheiro pra pagar um técnico”*  
(Jovem rural - mulher - Petrolina /PE)

*“É a forma mais fácil da gente aprender. Deveriam informar mais sobre defensivos.”*  
(Líder de associação de produtoras rurais - Petrolina /PE)

*“O programa é como se fosse um curso, né? Porque nem todo mundo pode pagar, aí você aprende assistindo, só que o tempo é pouco!”.*  
(Mulher, acima de 30 anos – Petrolina /PE)

*“Esse programa é educativo porque a gente aprende. Mas é muito curto”.*  
(Jovem rural - homem - Petrolina /PE)



Uma questão que surgiu espontaneamente em todos os grupos foi quanto ao tempo de duração do programa (15 minutos), considerado curto. E, ainda que esse tempo venha a ser estendido, a opinião geral é que o Prosa Rural continue tratando de um único tema por vez.

*“A cabeça do ouvinte se tiver uma questão é bom, se tiver duas questões, ele vai ficar confuso”.*  
(Homem, acima de 30 anos – Petrolina/PE)

*“É bom ser mais centrado em um assunto por programa, porque se não fica complicado”.*  
(Homem, acima de 30 anos – Petrolina/PE)

Os temas apresentados foram considerados de extrema importância por trazerem informações úteis para o cotidiano das pessoas. Foram relatados, em todos os grupos, episódios que envolviam a aplicação de recomendações ou dicas fornecidas pelo Prosa Rural. Houve quem descrevesse procedimentos que ouviu no programa e os respectivos êxitos obtidos:

*“Me interessou bastante o negócio da abóbora que a pesquisadora ensinou direitinho como é que pode colher. Então, eu sempre planto em casa e eu fico em busca de notícias para futuramente fazer um curso nessa área”.*  
(Homem - Recife/PE)

*“Você tem que saber de alguma coisa. Eu mesmo descobri agora um produto, sabe! É que dá no pé de laranjeira com a praga da mosca e eu cheguei num assentamento que eu encontrei aqui e fiz lá e botei, pois não é que reviveu a planta... cada laranja desse tamanho, um negócio simples né... têm... tão plantando demais aqui no Brasil e você junta aquilo ali, bota num detergente cobre a planta, mas sai cada laranja desse tamanho, quer dizer comecei através de quê? Através de programa”.*  
(Homem – Campina Grande/PB)

O fato de o Prosa Rural ser dividido em blocos agrada aos ouvintes por torná-lo mais “leve”, facilitando, com isso, seu acompanhamento. Embora os quadros sejam marcados sonoramente por diferentes vinhetas, percebeu-se que seus títulos não são fixados pelos ouvintes mas a diferenciação entre seus conteúdos, sim.

Pelas opiniões expressas, a linguagem adotada no Prosa Rural parece acertada, por ser capaz de propiciar um bom entendimento sobre o assunto tratado. É considerada popular, acessível e clara. Algumas observações foram feitas quanto ao uso de termos científicos, o que dificultaria a compreensão principalmente por parte do “homem mais simples, do campo”, por serem palavras menos comuns ao seu dia-a-dia.

*“...eles não ficam enrolando, é bem explicado”.*  
(Homem - Cruz das Almas/BA)

*“Eles falam bem explicado. Tem pesquisadores dando entrevistas, não é só os locutores falando, sempre tem algum pesquisador ali orientando, falando tudo passo a passo”.*  
(Mulher - Cruz das Almas/BA)

*“Mas o ouvinte que está do outro lado tem um pouco de dificuldade de entender certas palavras que ele diz...”.*



(Mulher - Recife/PE)

Não foram feitas críticas, mas, sim, sugestões. Além do aumento no tempo de duração, outro desejo expresso pelos participantes dos grupos foi por maior participação dos ouvintes no programa, com a possibilidade de serem colocadas no ar suas sugestões e dúvidas.

*“Eu ia me sentir... que eles realmente estão sabendo que eu tô ouvindo e tô respondendo...”*  
(Mulher - João Pessoa/PB)

*“E você tá fazendo o programa também, né?”*  
(Homem - João Pessoa/PB)

*“Seria bom pra saber o tipo de problema que a gente está enfrentando em casa, com as plantas”*  
(Mulher - Recife/PE)

Poucas pessoas afirmaram conhecer o número do telefone 0800, para ligações gratuitas, divulgado em todos os programas. E quem o conhecia disse nunca tê-lo utilizado por preferir, em caso de dúvidas, obter informações diretamente em um órgão de fomento, ou então pesquisar na internet.

### **Pesquisa de audiência: metodologia e principais resultados**

O principal objetivo desta etapa da pesquisa era obter uma estimativa sobre a audiência do Prosa Rural na região Nordeste do Brasil, coletando-se dados numéricos quanto ao seu público ouvinte, assim como informações sobre seu perfil socioeconômico, seus hábitos de consumo midiático e, ainda, algumas opiniões e impressões gerais a respeito do Prosa Rural. Para tal optou-se pela realização de uma pesquisa de audiência do tipo *survey*.

Estipulou-se que seriam aplicados 2.000 questionários num universo composto pelos municípios nos quais se situam as 255 emissoras parceiras que fizeram parte da primeira etapa da pesquisa, um levantamento junto a radialistas parceiros. Para definir em quais municípios os questionários seriam aplicados, adotou-se o método de Participação Proporcional ao Tamanho (PPT).

A composição do universo amostral se deu em três estágios: no primeiro, o número de entrevistas, por estado, foi selecionado proporcionalmente à população exposta. No segundo estágio foram definidos como autorrepresentativos os municípios com 1,5%, ou mais, da população exposta, recebendo um total de 30 entrevistas, ou mais, atendendo à participação de sua população no universo a ser pesquisado.

Os municípios com população inferior a 1,5% foram aglomerados por mesorregião geográfica, de acordo com o IBGE, partindo-se do município com menor densidade demográfica, acumulando a população dos imediatamente superiores até atingir-se 1,5%, sendo selecionados os municípios

com a população média de cada grupo. No terceiro estágio, dentro de cada município foram selecionados os entrevistados que atendiam aos critérios de sexo, idade e grau de instrução.

A seguir, tem-se um quadro com o universo da população dos nove estados do Nordeste potencialmente exposta ao Prosa Rural, considerando-se apenas os municípios onde foram realizadas as 255 entrevistas com radialistas parceiros, assim como a distribuição das 2.000 entrevistas por estes nove estados.

Tabela 2 – População dos estados onde a pesquisa foi realizada

ESTADO	POPULAÇÃO	PARTICIPAÇÃO	ENTREVISTAS
ALAGOAS	890.039	7,3	161
BAHIA	3.238.111	26,5	603
CEARÁ	2.359.068	19,3	371
MARANHÃO	1.785.420	14,6	162
PARAÍBA	1.077.410	8,8	200
PERNAMBUCO	1.032.289	8,4	200
PIAUI	895.318	7,3	121
RIO GR. DO NORTE	317.233	2,6	59
SERGIPE	647.423	5,3	123
TOTAL	12.242.311	100,0	2000

Fonte: Censo Demográfico IBGE / Cálculo da amostra - EXATTA

O instrumento adotado para aplicação da pesquisa com os potenciais ouvintes do Prosa Rural foi um questionário estruturado, com 46 questões fechadas, dividido em duas partes: uma a ser respondida apenas pelos entrevistados que afirmassem ouvir rádio e, especificamente, o programa Prosa Rural; e outra a ser respondida por todos os entrevistados. Nessa segunda parte do questionário buscou-se conhecer os hábitos de consumo de mídia dos entrevistados, assim como seu acesso à telefonia fixa e móvel e à internet, por exemplo.

Cerca de 84% (1683) dos entrevistados afirmaram ter o hábito de ouvir rádio. Programas rurais, ou voltados para o homem do campo, são os que esse público menos costuma ouvir (25%); enquanto 86% têm o hábito de ouvir programas musicais; 72%, jornalísticos; 63% religiosos; 41%, programas de entretenimento; e, 36%, culturais. Apenas 4% têm envolvimento com alguma atividade rural, dos quais a maior parte (89%) afirma ouvir rádio.

A seguir, uma tabela demonstrativa do perfil socioeconômico das duas mil pessoas que responderam o questionário:

Tabela 1 – Perfil da amostra por estado



RESPOSTA	TOTAL	ESTADO									
		Alagoas	Bahia	Ceará	Maranhão	Paraná	Pernambuco	Piauí	Rio Grande do Norte	Sergipe	
<b>TOTAL PESQUISADO</b>	2000	161	603	371	162	200	200	121	59	123	
<b>SEXO</b>											
MASC	46%	46%	47%	46%	47%	46%	47%	46%	47%	45%	
FEM	54%	54%	53%	53%	53%	55%	53%	54%	53%	55%	
<b>FAIXA ETÁRIA</b>											
16-24	20%	20%	19%	22%	19%	19%	21%	21%	20%	19%	
25-34	26%	27%	27%	29%	25%	25%	26%	27%	22%	25%	
35-44	20%	21%	20%	17%	20%	20%	19%	17%	20%	23%	
45 +	34%	32%	34%	31%	36%	36%	35%	34%	37%	33%	
<b>GRAU DE INSTRUÇÃO</b>											
Analf/ Lê e escreve	26%	32%	25%	18%	22%	22%	36%	31%	27%	24%	
1º. Grau comp/ Incomp	34%	32%	33%	41%	27%	27%	33%	40%	27%	40%	
2º. Grau comp/ Incomp	35%	31%	37%	39%	42%	42%	28%	26%	42%	33%	
Sup comp/ Incomp	5%	4%	5%	2%	11%	11%	3%	3%	3%	3%	
<b>RENDA</b>											
ATÉ 1 SM	50%	53%	54%	41%	43%	43%	64%	50%	64%	50%	
+ 1 A 3 SM	42%	37%	39%	53%	47%	47%	33%	40%	29%	41%	
+3 A 5 SM	5%	7%	5%	4%	8%	8%	2%	7%	3%	5%	
+5 A 7 SM	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	
+7 SM	1%	1%	0%	1%	1%	1%	0%	2%	0%	1%	
<b>CLASSE SOCIAL</b>											
Recusa	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	
A1+A2	1%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	
B1+B2	8%	5%	5%	6%	14%	14%	4%	8%	7%	11%	
C1+C2	44%	42%	47%	40%	52%	52%	29%	38%	51%	41%	
D	43%	46%	44%	48%	33%	33%	59%	45%	41%	42%	
E	4%	6%	4%	7%	2%	2%	9%	8%	2%	5%	



Sobre a audiência do Prosa Rural, a pesquisa indica que 5,3% dos ouvintes de rádio conhecem e ouvem o programa da Embrapa. Esse número representa 4,5% dos dois mil entrevistados. Há ainda 7% que afirmaram conhecer mas não ouvir o programa. Identificou-se que as características predominantes do ouvinte típico do prosa Rural são: sexo masculino; idade superior a 45 anos; 2º grau completo ou incompleto, renda de até um salário mínimo.

A tabela abaixo mostra o perfil socioeconômico dos ouvintes do Prosa Rural entrevistados:

Tabela 2 – Perfil socioeconômico dos ouvintes do Prosa Rural (por estado)

RESPOSTA	TOTAL	ESTADO									SEXO		FAIXA ETÁRIA				GRAU DE INSTRUÇÃO			
		Alagoas	Bahia	Ceará	Maranhão	Paraná	Paraná	Pernambuco	Piauí	Rio Grande do Norte	Sergipe	MASC	FEM	16-24	25-34	35-44	45 +	Analf/ Lê e escreve	1º Grau comp/ Incomp	2º Grau comp/ Incomp
TOTAL PESQUISADO	1683	145	511	358	112	143	168	97	43	106	782	901	349	439	344	551	445	568	585	85
Não conhece	87%	95%	83%	93%	95%	84%	88%	82%	79%	83%	87%	88%	92%	90%	85%	83%	85%	90%	87%	81%
Conhece mas não ouve	7%	1%	9%	5%	4%	9%	7%	10%	12%	10%	7%	8%	5%	6%	7%	10%	8%	6%	8%	11%
Conhece e ouve	5%	3%	8%	2%	1%	7%	6%	7%	9%	6%	7%	4%	3%	4%	8%	6%	7%	4%	5%	8%
Recusa	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Base: Quem ouve rádio

Considerando-se apenas os ouvintes do Prosa Rural tem-se que 73% conheceram o programa ao ouvir no rádio; 15% são produtores rurais, e 20% são ouvintes fiéis (que ouvem sempre o programa, porque sabem o dia e o horário de sua veiculação e ligam o rádio especialmente para acompanhá-lo). Entre esses ouvintes fiéis não há prevalência de sexo. A maior parte tem mais de 35 anos, possui renda de até um salário mínimo, e a metade deles é analfabeta ou afirma que somente lê e escreve.

Em relação ao acesso a telefonia, computador e internet, a grande maioria (77%) não tem telefone fixo em casa; 60% têm celular, dos quais 55% optaram pelo sistema pré-pago; a maior parte não tem computador em casa (77%), e mais da metade (63%) não acessa a internet. Portanto, não surpreende o alto índice de desconhecimento do site do Prosa Rural entre os ouvintes entrevistados (94%).

Quanto à ocupação, somando-se as respostas “produtor rural”, “lavrador”, “pescador” e “agricultor”, tem-se que 14% se dedicam a atividades relacionadas à agropecuária e 15% estão envolvidos com algum tipo de atividade rural, integrando, portanto, o público-alvo prioritário do programa.

Todos os que se disseram ouvintes do Prosa Rural afirmaram entender o conteúdo do programa, e 13% acreditam que as tecnologias divulgadas são fáceis, ou relativamente fáceis de aplicar no dia a dia das famílias rurais. E, ainda, 6% afirmaram já ter aplicado alguma tecnologia que ouviu no programa, citando qual foi, e 7% disseram ter resolvido algum problema usando a solução indi-



cada pelo Prosa Rural (experiências que foram relatadas e registradas pelos entrevistadores). Além disso, 12% disseram estar satisfeitos com o conteúdo dos programas, não sentindo necessidade de buscar informações adicionais sobre o tema tratado.

O quadro com depoimentos de produtores é o preferido pelos ouvintes do Prosa Rural consultados, seguido pelo o de entrevista com pesquisadores e técnicos. Todos os ouvintes disseram acreditar que o programa ajuda as pessoas que trabalham no campo. Essa opinião é reforçada ao notar-se que são recorrentes palavras como “orientando”, “ensinando”, “ajudando” “dando explicações”, “informando” “aprender”, “instruir”, “ensina” e “educativo” nas respostas à questão sobre de que forma o programa ajuda as pessoas, e, também, quando se pede que os entrevistados citem os seus pontos positivos.

### **Considerações finais**

Alguns aspectos podem ser destacados a partir das relações percebidas entre os principais dados coletados pela pesquisa de audiência e as informações obtidas pela pesquisa de opinião. O primeiro deles, é em relação ao formato do Prosa Rural: os dois levantamentos indicam que o atual modelo, com a divisão em blocos com conteúdos distintos, deve ser mantido.

O fato de participantes dos grupos de discussão afirmarem que ouvem o programa sintonizando as rádios no celular, aliado aos dados indicados pela pesquisa de audiência (60% dos ouvintes do programa têm celular), indica que o telefone móvel tem relativo potencial como suporte para a divulgação de informações para o público ouvinte do Prosa Rural. Recomenda-se, então, que ações futuras voltadas para este público passe a considerar as possibilidades oferecidas por esse artefato tecnológico.

O caráter educativo atribuído ao programa pelos ouvintes, algo que já havia sido detectado na pesquisa de audiência, foi confirmado e reforçado na pesquisa de opinião. No primeiro levantamento, é recorrente o uso de palavras como “orientando”, “ensinando”, “ajudando” “dando explicações”, “informando” “aprender”, “instruir”, “ensina” e “educativo” nas respostas à questão sobre de que forma o programa ajuda as pessoas e, também, quando foi solicitado que os entrevistados citassem seus pontos positivos. No segundo levantamento, termos similares apareceram espontaneamente em manifestações de participantes dos seis grupos de discussão. Acredita-se que essa percepção do ouvinte deve ser considerada pelos produtores do programa.

A pesquisa de opinião confirma também que a presença do próprio produtor é algo valorizado pelos ouvintes (informação detectada na pesquisa de audiência, que indica ser o quadro “Fala Produtor” o preferido entre os ouvintes). Considerando-se essa informação, uma sugestão que chegou a ser apontada por integrantes dos grupos de discussão e que, acredita-se, é viável de ser colo-



cada em prática é a criação de um quadro dedicado a responder dúvidas enviadas pelos ouvintes, por telefone ou por carta.

Também foi confirmada na pesquisa de opinião que a linguagem adotada pelo programa é acertada. Embora tenham sido feitas observações, nos dois levantamentos, quanto ao uso de termos técnicos sem a devida explicação, a prevalência dos dados estatísticos e a recorrência das opiniões positivas a esse respeito permitem-nos afirmar que, em geral, as informações são bem compreendidas pelos ouvintes. Tal afirmação é reforçada pela percepção por parte dos ouvintes de uma função educativa supostamente exercida pelo Prosa Rural. Com isso, pode-se concluir que no universo pesquisado (região Nordeste do País) o programa vem, sim, cumprindo seu objetivo de promover a popularização da informação técnico-científica gerada pela Embrapa ao divulgar, para jovens rurais e produtores familiares, os resultados das pesquisas agropecuárias que a empresa desenvolve.

## REFERÊNCIAS

COSTA, Maria Eugênia Belczak. **Grupo focal**. In: BARROS, Antônio. DUARTE, Jorge. (Org.) Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2006. p. 180-192.

ESCOBAR, Juliana L. MIURA, Juliana. **Pesquisa de recepção do programa de rádio Prosa Rural: propondo uma metodologia**. In: XXXI Intercom. Trabalho apresentado na Sessão Comunicação Audiovisual (cinema, rádio e televisão) da Altercom / XXXI Intercom. Natal, 2008.[Anais ...] Natal: Intercom, 2008. CD-ROM. Disponível online <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-2131-1.pdf>> Acesso em 08 jul. de 2010

\_\_\_\_\_. PEREIRA, Fernando do Amaral **Pesquisa de audiência e de recepção do programa de rádio Prosa Rural: primeiros resultados**. In: XXXIII Intercom – Trabalho apresentado do GP Rádio e Mídias Sonoras. Disponível online em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2425-1.pdf>> Acesso em 11 de jul. de 2011

\_\_\_\_\_. Prosa Rural – divulgação de tecnologias agropecuárias pelas ondas do rádio: resultados de uma pesquisa de audiência. Inclusão Social, Vol. 4, No 1 / 2010. Disponível online em <<http://revista.ibict.br/inclusao/index.php/inclusao/article/view/159>> Acesso em 11 de jul. de 2011

EXATTA – **Relatório de Pesquisa Quantitativa**. Pesquisa de Opinião – Etapa 4. Recife-PE, junho 2010.

EXATTA – **Relatório de Pesquisa Qualitativa**. Pesquisa de Opinião / Grupos Focais. Etapa 5. Recife-PE, Novembro 2010.