

Fundamentos de Produção Radiofônica¹

Héber Augusto de Vasconcellos Dias SOARES²

Liliana Rodrigues da SILVA³

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

RESUMO

A Produção de Programas Radiofônicos caracteriza-se pela organização, planejamento e constituição de uma série de processos ou atividades de caráter individual ou em grupo com o propósito de gerar um resultado a ser alcançado de forma objetiva, concisa e coesa, obedecendo às etapas e a funcionalidade de cada uma delas, onde foi possível comprovar a partir da análise realizada junto a produção do programa Mesa de Bar da rádio Amazonas FM.

PALAVRAS-CHAVE: produção; programas radiofônicos; rádio; tecnologia;

1. FUNDAMENTOS DE PRODUÇÃO DE PROGRAMAS RADIOFÔNICOS

1.1 DA TRAJETÓRIA HISTÓRICA AO PROCESSO DE PRODUÇÃO NA PROGRAMAÇÃO RADIOFÔNICA

Depois de décadas de descobertas tecnológicas, pesquisas, adaptações, invenções, o Rádio não apenas passou por um processo evolutivo, no seu caráter técnico, ele se desenvolveu num todo, deixou de ser apenas um aparelho emissor de sinais sonoros, para se tornar um veículo de comunicação de massa, isto é, um “meio de comunicação que utiliza emissões de ondas eletromagnéticas para transmitir a distância mensagens sonoras destinadas a audiências numerosas” (FERRARETTO, 2001. p. 23.).

Existe um grande fosso histórico, socioeconômico e, na contramão disso, um enorme esforço, do Rádio, em elaborar mecanismos mais eficientes para se produzir conteúdos e uma informação capaz de cumprir sua função social: repensar e reconstruir a relação do ser humano com o meio-ambiente.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-Graduando de Assessoria de Comunicação da FBN-AM, Jornalista e Radialista, email: contatomeu@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestranda do Curso de Jornalismo da FBN-AM, email: liliana.rodrigues86@gmail.com

Nesse sentido, a distribuição da informação séria, qualificada e, sobretudo, comprometida com a causa social que lhe dá origem, assume papel fundamental em todo este processo de busca e de transformação. É preciso informar e ser informado, entreter, sem abandonar o viés educativo.

Com a chegada da evolução tecnológica, o Rádio de cada dia, se torna da vítima da distorção de fatos, negligência ética, e do clima espetaculoso da mídia da imprensa em geral. A permanência dele como veículo de comunicação de grande massa, entram nas discussões sobre convergência de mídias, formação de redes, implementação de meios de comunicação, seja ele impresso, internet, TV ou rádio, são imprescindíveis neste momento da história batizado de *Era da Informação*.

Atualmente, o rádio já se adequando a era Digital, pode contar com transmissão via internet, celular e, mais recentemente, foi aprovada a regulamentação da implantação da digitalização das rádios, aprimorando assim sua qualidade de transmissão e programação.

Por isso, cada vez mais pessoas, grupos e instituições devem trabalhar pela implementação de canais de discussão, debate, produção e distribuição desta informação, comprometida com o “ser humano”, e não apenas com seu anunciante.

A potencialização do uso das tecnologias da informação e da comunicação e este novo cenário configurado para os meios de comunicação fazem com que o rádio contemporâneo se encontre em um marco, que determinará mais uma vez uma mudança em sua concepção e em suas rotinas – na produção radiofônica de maneira geral e, de maneira mais pontual, no radiojornalismo.

Como em outros momentos da história do rádio a mudança atual tem uma origem tecnológica imediata. É a tecnologia digital que afeta os processos de produção (maior qualidade); os processos de transmissão (com um uso mais eficaz do espectro, com um sinal mais resistente a interferências e que potencialmente pode utilizar distintos suportes); e os sistemas de recepção dos programas de rádio (com coberturas e condições técnicas de recepção melhores). (MARTINEZ-COSTA, 2001, p.57)

Vale destacar que essas mudanças promoveram a criação e produção de novos modelos de programação radiofônicas por parte das emissoras de Rádio e também por suas produtoras.

1.2 OS CONCEITOS GERAIS NA PRODUÇÃO DE PROGRAMAS RADIOFÔNICOS

1.2.1 Fundamentos de Programas Radiofônicos

Se tornou uma prática comum nos dias de hoje as emissoras oferecerem em suas grades, programas bem feitos que exibem vários recursos visuais, plateia, música de fundo, onde o apresentador encontra-se com um figurino adequado, uma aparência saudável, uma postura apropriada e uma excelente apresentação. Outras vezes, liga-se o rádio e procura-se uma emissora que agrade aos ouvidos com as músicas atraentes, locutor (a) que tenha uma voz que faz despertar várias imaginações sobre ele (a) por causa do seu timbre de voz, do estilo em usar suas cordas vocais para chamar sua atenção falando claramente e sem criar situações que deixem a língua portuguesa em pânico.

Todo esse processo baseia-se em uma série de fatores e pessoas envolvidas para que tudo ocorra perfeitamente e essa sequência pode-se descrever em uma única palavra: “PRODUÇÃO”.

Para que esse processo obtenha um resultado satisfatório, é necessário que exista planejamento, tempo disponível e o principalmente um trabalho de equipe bem estruturado e com as tarefas previamente decididas. No processo de produção é assim, tudo tem que estar bem definido antes, durante e depois.

Pode-se colocar a Produção Radiofônica que é o objeto de estudo como uma ferramenta de uma grande vitalidade, um meio que ainda está se desenvolvendo rapidamente, e ela se caracteriza pelo uso de elementos sonoros, para criar um efeito ou passar uma mensagem.

Produzir vem a ser uma tarefa das mais complexas, onde o produtor é como um artesão que passa horas, dias, meses e até anos para poder chegar ao seu objetivo final, mostrar um filme, um programa ou uma peça publicitária perfeita que encham os olhos e agradem os ouvidos das pessoas comuns.

1.2.2 Definições sobre Produção de Programas Radiofônicos

Produção de Programas Radiofônicos define-se como a organização, planejamento e constituição de uma série de processos ou atividades de caráter individual ou em grupo com o propósito de gerar um resultado a ser alcançado de forma objetiva, concisa e coesa, obedecendo as etapas e a funcionalidade de cada uma delas.

Como todo avanço tecnológico que gira em torno do processo evolutivo do rádio, pode parecer que resta pouco a fazer na produção radiofônica pelas emissoras.

As habilidades em produção formam a base do perfil da programação de uma emissora. Sem elas a estética exclusiva não poderá ser criada, mas somente por si mesmas não bastam... A boa produção é uma extensão da programação de uma emissora [...] (HAUSMAN, 2010, p.20)

Diante disso, a produção das Rádios têm realizado pesquisas e se empenhado para determinar os tipos de programação que conseguem atrair diferentes públicos.

1.2.3 A Produção na atividade radiotelevisiva

É a execução de atividades voltadas para realização de produtos de característica audiovisual, obedecendo a procedimentos básicos e recomendações para que se possa alcançar uma qualidade exigida e um resultado satisfatório.

1.2.4 Extensões no Campo da Radiodifusão

A produção alcança todos os níveis e segmentos de trabalho e situação do homem no seu cotidiano. No campo da radiodifusão e também cinematográfico a produção é a espinha dorsal na realização de qualquer produto em rádio e TV. Não há criação sem produção, direção sem produção e vice-versa.

A produção nos campos da radiodifusão se estende a vários segmentos como:

TV e Cinema - Cenografia, sonoplastia, direção de imagens, edição, montagem, figurino, cast, direção, assistência, coordenação de palco, editoria, atendimento, captação de recursos, iluminação, fotografia, programação e cinegrafia.

Rádio – Sonoplastia, edição, montagem, mixagem, atendimento, captação de recursos, direção, editoria, assistência e programação.

1.2.5 Planejamento e Etapas do processo de Produção

Anteriormente foi citado que a produção tem de ser bem planejada, tem que existir sincronismo em todas as partes integrantes do processo produtivo.

Esse processo é dividido em etapas, o que justifica a necessidade de um planejamento. Essas etapas da produção Radiofônica estão descritas abaixo:

Pré – produção: caracteriza-se como uma etapa voltada ao levantamento e análise de informações para produção de qualquer produto audiovisual, seja um programa de TV,

um telejornal, uma peça publicitária ou até um programa para rádio. São levantadas as informações do roteiro, investimentos financeiros, mão de obra necessária, definição de tarefas, prazos e disponibilidades gerais para realização, como locação, período de gravações, cenografia e figurino.

Produção: caracteriza-se como a etapa principal de todo processo, ou seja, todos os tópicos que foram levantados na etapa anterior estão agora em ação, trata-se da execução do projeto, ganhando forma e vida. Nesta etapa todos os elementos necessários estão sendo aplicados dentro do que foi planejado na *Pré – Produção* e obedecendo aos prazos para poder ser executado de fato.

Pós – Produção: Nessa etapa é o momento de ser feito o acabamento do produto, são os retoques, aplicação dos detalhes, efeitos. A finalização do produto, para em seguida ser veiculado.

1.3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE PESQUISA : A PRODUÇÃO DE PROGRAMAS RADIOFÔNICOS

1.3.1 Descrição dos Formatos Radiofônicos

De acordo com Benoit (2010, p.408), os Formatos Radiofônicos “são os modelos que podem assumir os programas realizados em cada um dos diferentes gêneros”.

Os formatos radiofônicos mais presentes no Rádio Brasileiro, destacam-se:

Spot – formato para rádio de característica comercial com a função de divulgar um produto, serviço ou empresa. Seu tempo de duração varia de 15 segundos a 1 minuto. Geralmente os spots caracterizam-se na tríade: locução, música de fundo e efeitos sonoros. Alguns fogem um pouco podendo não ter efeitos sonoros ou música de fundo.

Jingle – formato para rádio de característica comercial com a função de divulgar um produto, serviço ou empresa. Seu tempo de duração varia de 15 segundos a 1 minuto. A diferença deste formato para o spot que é uma música de curta duração, geralmente sua letra trabalha com as características identificadas pelo produto, serviço ou empresa.

Programa – formatos para rádio de caráter informativo, educativo e de entretenimento. Seu tempo de duração é em média de uma hora. Caracteristicamente o programa se estrutura em notícias, contato com o ouvinte e música.

Radionovela – formato que se caracteriza em uma trama, com personagens primários (principais) e secundários (coadjuvantes) onde cada um tem uma personalidade

definida. O ponto forte da radionovela está na sonoplastia que é exigida ao máximo para dar o máximo de realidade ao ouvinte. Seu tempo de duração é variável de 15 minutos a 1 hora. Este modelo hoje pouco é utilizado pelas rádios, aonde o apogeu chegou nos anos 30 e 40 do século XX.

Radiojornal – formato voltado a informação com duração variável de 30 minutos à 1 hora. Geralmente é veiculado no início da manhã e final de tarde.

1.3.2 A utilização de elementos sonoros na Produção Radiofônica

Quando se desenvolve ou produz um material para rádio como um *spot*, neste caso o produtor deve ter sempre o conhecimento prévio, se terá ou não elementos sonoros disponíveis, como trilha sonora e efeitos, pois estes ajudam no processo de ambientação. Por exemplo, o Samba já cria uma ligação a alegria, festa, folia. Já uma música mais lenta irá propiciar uma referência contrária.

A trilha sonora é nada mais que uma música sendo aplicada ao fundo em um volume menor que a da locução, na qual chamamos *background*. Ela dá uma referência do ritmo, do estilo e do tom que será dado na interpretação de imagens e locução. Tanto no vídeo como no rádio a trilha sonora é o ponto norte para orientação da leitura de um roteiro.

No vídeo pode haver a utilização de somente a trilha sonora justamente porque a linguagem é visual, muito mais prática e de fácil assimilação para quem assiste as imagens acompanhadas das músicas. É fácil, encontrar esse tipo de produção nos videoclipes.

Agora os efeitos sonoros, estes se fazem presente em grande parte das peças publicitárias de Rádio e TV, nos filmes e também nos programas radiofônicos e televisivos. Eles são responsáveis em dar uma caracterização necessária do ambiente pedido pelo roteiro.

Exemplo: “A cidade em pleno caos com suas buzinas, as conversas, apitos, a correria das pessoas e o som estridente das obras em plena avenida...”.

Os efeitos sonoros são classificados nas seguintes condições:

- Efeitos humanos – risos, choros, gritos.
- Efeitos de fenômenos naturais – chuvas, relâmpago, vento, fogo, água corrente...
- Efeitos mecânicos – buzinas, motores de carros, motos, caminhões, máquina de escrever.

- Efeitos digitais ou eletrônicos – *raiolaser, rips*.
- Efeitos de impacto – explosão, batida, acidente de carro.

1.3.3 Principais Fases do Processo de Produção Radiofônica

O processo de produção radiofônico é dividido em três fases:

Fase 1: Roteiro

Produzir um roteiro para rádio requer dois pontos importantes: Ter domínio da língua nativa e saber escrever de forma clara e objetiva, obedecendo o tempo estimado do produto. Com isso, é possível fazer o roteiro sem a menor preocupação, mas o roteiro tem três tipos:

Publicitário: Caracteriza-se em apenas desenvolver um texto rápido onde acompanhados estão a trilha sonora representada pela sigla BG (*música de fundo*) e efeitos obedecendo um tempo estimado.

Programas e Rádiojornal: Caracteriza-se em apenas desenvolver um texto simples com as entradas de *breaks*, chamadas, vinhetas, locuções e músicas. No caso do rádiojornal só não são inseridos as músicas, somente os demais componentes já citados.

Radionovela: Caracteriza-se em apenas desenvolver um texto com várias falas acompanhadas de *BG's* (*música de fundo*) e efeitos sonoros necessários para realçar e impressionar o ouvinte da realidade causada pela ambientação.

Fase 2 : Gravação

O processo de gravação em rádio deve obedecer a critérios como: tipo de gravação, tempo e direcionamento.

Tipo de gravação: refere-se a 2 formas existentes, em estúdio e a externa. As gravações em estúdio caracterizam numa estrutura básica de operação e transmissão direta da gravação aos seus terminais, no caso equipamentos voltados ao processo como computador com programa de gravação em áudio, *mini-disc player, tape recorder*, mesa de canais e outros, além dos equipamentos periféricos como microfones e seus filtros, *md's*, fones de ouvido, distribuidores, e controladores.

A gravação acontece atualmente de uma forma simples o locutor grava a sua parte do roteiro sem nada e seguindo as orientações do produtor / diretor, geralmente essa gravação é seca sem trilha, somente voz, outras o locutor ouve a trilha e se orienta qual

melhor a maneira de transmitir o roteiro na peça ou quando faz a interpretação e ele tem a companhia do BG pelo fone de ouvido mas em um canal livre do terminal de gravação.

Outro tipo de gravação é a externa que se caracteriza muito nos trabalhos de cobertura jornalística e eventos como jogos desportivos e shows. Equipamento necessário para este tipo de gravação varia muito de acordo com a situação em que se encontra para se cobrir, no caso das coberturas jornalísticas que apenas vão ser gravados e depois serem editados em estúdio, somente um aparelho de gravação seja em *md*, *k7* ou *mini k7*, já resolvem. Quando o caso requer uma transmissão ao vivo, os equipamentos já são além e requer de um trabalho de apoio operacional. São necessários transmissores, decodificadores de transmissão, metros de cabos de extensão, além dos periféricos.

Tempo: item primordial no processo de gravação. Na gravação não somente o tempo de roteiro é importante, mas também o tempo de gravação dentro do estúdio ou no evento. É de grande valia que se tenha um cronograma de gravação, o que foi gravado, o que falta, o que se deve regravar para os casos onde é necessário um tempo maior em estúdio; nos casos de gravações de curta duração o importante que todos os itens estejam já preparados a começar pelo roteiro seguido de trilha sonora e efeitos.

O produtor não pode deixar nada faltar, principalmente, em se tratando de uma peça radiofônica publicitária, cujo o tempo de estúdio é muito reduzido para gravação devido a prazos de entrega curtíssimos. Em eventos já há mais variáveis porque já se vive em função das possibilidades de acontecerem imprevistos. Nos programas de rádio já se vive no processo de padronização em função do tempo de programação e da distribuição entre blocos e paradas comerciais (*breaks*).

Direcionamento: Em todo processo de gravação é importante o direcionamento do trabalho, da orientação de um roteiro para operadores e locução para interpretarem até a organização da melhor maneira de se gravar para otimização do tempo.

Fase 3 : Edição, montagem e finalização.

Feito a gravação, chegou a fase da edição, que nada mais, de quando é feito a seleção das partes que estarão aptas a seguir à etapa seguinte, a montagem. Mas escolher um bom áudio requer paciência e avaliação bem criteriosa, a começar pela interpretação do texto, tom e erros de linguagem.

É um quebra cabeça que aos poucos é montado e forma uma peça única com todas as peças se encaixando. Feito voz, vamos a trilha sonora, editá-la, pegar somente um

pedaço ou estendê-la se for o caso, por último, ficaram os efeitos a serem já separados para ir a montagem.

Depois de todas as peças estarem prontas para montagem, no caso aliar voz, trilha e efeitos. Hoje a montagem segue em processo não linear onde o tempo é muito menor, pode-se montar um *spot* em minutos somente para se ter uma ideia. Com essa tecnologia dos programas de montagem, edição e finalização, o produtor agiliza o trabalho, com a otimização do tempo gasto na produção e tendo uma redução quanto a custos de estúdio. Nas ilhas não lineares de som são distribuídos em pistas independentes, podendo sofrer alterações, reposicionamento de trilha sem prejudicar as demais.

Na finalização somente faz-se os ajustes finais, o acabamento, ajustes volumes entre canais e a renderização, ou seja, a formatação das pistas em um único arquivo ou faixa.

Para Messere (2010, p.182), “o trabalho de produção mais eficiente é numa seqüência baseada em tarefas, ou seja, a produção é organizada de acordo com as exigências do calendário da produção”.

Nesse processo de produção radiofônica, um elemento sonoro de grande importância é a música, conforme afirma Hausman:

A música é um elemento importante na produção de programas. Ela vem de várias fontes, incluindo o acervo básico que vai ao ar na emissora e os acervos especialmente licenciados. Às vezes, a música é gravada especificamente para um comercial ou outro spot especial. (HAUSMAN, 2010, p.20)

Diante dessa afirmação, pode-se afirmar que uma produção radiofônica consiste em um processo de mixagem de música, voz e efeitos sonoros, onde esses elementos são manipulados, num processo de edição visando a criação de um produto final.

1.4 O HISTÓRICO DA RÁDIO AMAZONAS FM

Fundada em 29 de março de 1985, a Rádio Amazonas FM iniciou suas atividades de radiodifusão com equipamentos precários, porém, funcionais. Os equipamentos usados naquela época para os seus comerciais eram cassete tipos *tape deck* e um transmissor do tipo *LYS Eletronic (2,5 KW)*.

Hoje a rádio está totalmente informatizada, realizando um bom trabalho de atendimento aos seus ouvintes, principalmente no tocante a promoções, seja através de

cartas, telefonemas, e-mails ou atendimento direto. O primeiro gerente da Rádio foi o radialista Ronaldo Tiradentes, que na época, apresentava o programa "Clube do Rei", o mais antigo da emissora.

Os primeiros locutores foram: Graciano Rebelo, Raidi Rebelo, Ronaldo Tiradentes, José Dantas, Luiz Dantas, Luís Cláudio Santoro, Renato Pitanga e Marcus Vinícius.

Além deles, havia outros locutores como Wilton Lira, que apresentava o programa "É Só Sucesso"; Ednaldo Souza apresentava o programa "Passarela do Samba" trazendo o melhor do samba e informações de locais para se dançar na cidade; Humberto Amorim apresentava o programa "*Good Time*" com música romântica internacional, *flashback* e sucessos nacionais. Humberto fazia também o programa "Oficina de Turismo", onde informava os locais turísticos e entrevistas de interesse.

A novidade da época ficava por conta de Klinger Araújo e a participação especial de Neide Maia com o programa "Manhã Colorida" com atrações como o que iria acontecer nas novelas, horóscopo, interpretação de sonhos, simpatias, dicas para a dona-de-casa economizar, homenagem aos aniversariantes, um toque de amor (recadinhas), entrevistas com personalidades, brindes e informativos.

O primeiro evento realizado pela Rádio foi uma gincana feita no centro comercial *Lebon Marchê* onde o ouvinte por telefone, bem recebida pela população, visto que era novidade na época, pois a emissora estava inovando o sistema de apresentação.

1.4.1 A Rádio Amazonas FM chega à Era Digital

O estúdio da Rádio Amazonas FM sofreu modificações: no novo estúdio de locução, o sistema de isolamento acústico foi substituído; houve a reforma e o aperfeiçoamento do sistema de blindagem contra interferência. Foi implantado um sistema de programação computadorizado, facilitando o trabalho de locutores e operadores.

Porém, a principal modificação foi à melhoria da qualidade da programação, agora, totalmente digital, utilizando tecnologia de ponta, servindo melhor o ouvinte e atendendo aos seus pedidos musicais. Esse estúdio conta ainda com sistema de equipamentos periféricos onde são utilizados *dvd's*, *cd's* e *mini discs*, onde permite a utilização de qualquer fonte de áudio servindo também como equipamento *stand-by*, em casos remotos de falhas na programação computadorizada.

A Rádio possui ainda outros estúdios: um estúdio de gravação para produção de vinhetas, chamadas, comerciais, duas ilhas exclusivas para produção e edição do jornalismo da rádio, e um estúdio preparado para implantação do sistema de rede de Rádios do grupo da Rede Amazônica.

Atualmente, a Rádio, tem sua programação transmitida em tempo real pela internet, através do seu próprio *site*, o internauta além de ouvir, pode assistir o que acontece dentro do estúdio principal, por meio de uma câmera ligada 24 horas por dia.

A internet modifica as maneiras pelos quais se informam as pessoas. Os usuários passam a ter um poder que antes não possuíam, tanto para buscar e contrastar como para incorporar informação gerada ou conhecida por eles. Têm acesso à rede como um auto-serviço. Esta visão modifica plenamente o panorama dos meios de comunicação e em particular do rádio. Ou o rádio busca a personalização da informação, a interatividade, o auto-serviço, ou perderá a capacidade de penetração na nova sociedade (FERRARETTO, 2007, p.7)

Desta forma, Amazonas FM possui todo um sistema automatizado preparado para que não falte programação aos seus ouvintes.

1.4.2 O nascimento do Programa Mesa de Bar

No ano de 1987, o radialista Renato Pitanga na época diretor da Rádio Amazonas FM, integrante da Rede Amazônica de Rádio e Televisão, convidou Ney Amazonas, apresentador do “Festival de Verão do Parque 10”, para integrar o *casting* de profissionais da emissora.

A princípio ele teve a responsabilidade de substituir Renato na apresentação do programa “Chiclete com Banana”, já que o mesmo, precisaria se ausentar da emissora, para cumprir período de férias.

Nesse tempo, o mais novo radialista, foi mostrando que ele sabia fazer e como fazer dentro de um estúdio, apresentando um programa radiofônico.

Quando retornou ao trabalho, Pitanga convocou Ney para uma reunião, onde lhe seria noticiado, a inclusão de um novo programa na grade de programação da emissora, onde caberia a ele a responsabilidade de apresentá-lo. O programa foi chamado de um “Toque de Bar”, e estreou no dia 03 de agosto de 1987.

O nome escolhido estaria relacionado ao estilo musical que seria veiculado nele e para as pessoas frequentadoras da noite manauara, onde tinha como proposta inicial

apresentar aos ouvintes da Rádio Amazonas, uma programação com agenda cultural, notícias, entrevistas e o melhor da Música Popular Brasileira (MPB), com clássicos que marcaram época e que ainda hoje fazem parte do *playlist* do programa.

Com a saída de Ney Amazonas da Rádio Amazonas, o radialista Ednaldo Souza, que apresentava outro programa da emissora foi escalado para assumir o horário que a partir de então passou a se chamar “Mesa de Bar”, pois o nome anterior era de registrado em nome do antigo apresentador.

A partir do ano de 87, Ney Amazonas e posteriormente Ednaldo Souza, iniciaram uma caminhada que viria a se tornar uma bandeira na história da cultura musical do Amazonas, com a abertura de portas para a difusão da música popular brasileira produzida aqui em Manaus e na região Amazônica.

Entre os anos 1999 e 2000, a apresentação do “Mesa de Bar”, foi conduzida por alguns locutores, como Benna Lago, Mateus Arruda e Cleider Oliveira.

No ano de 2001, a publicitária e radialista Sky Rodrigues, que na época apresentava outro programa o “Manaus 40 Graus”, assumiu a missão de apresentar o programa. Logo que assumiu o programa, Sky sentiu a necessidade de que fossem feitas algumas alterações na produção do programa, sendo estas, foram levadas para avaliação por parte da direção da emissora e posteriormente aceitas e implantadas.

Na época, uma das novidades implantadas no programa, foi a participação de bandas ao vivo no estúdio, transformando o “Nosso Barzinho”, como era chamado pela equipe do programa e os artistas que nele participam, em um ambiente muito bem frequentado, por artistas amazonenses como Cileno, Raízes Cabloclas, Raulnei e outros que tocavam suas músicas ao vivo, interagem com os ouvintes e fãs, divulgando seus trabalhos e novos projetos para o crescimento e fortalecimento da música popular brasileira amazonense.

Com a popularização do uso da internet, foi necessária a implantação de um *site* para a Rádio Amazonas e dentro dele foi disponibilizada uma seção exclusiva para o “Mesa de Bar”, buscando uma maior aproximação por parte do ouvinte em relação ao apresentador do programa e da rádio.

Nessa seção exclusiva o internauta poderia encontrar notícias do programa e um acervo de vídeos com as apresentações gravadas ao vivo no estúdio. Alguns anos depois, o programa começou a ser feito fora do estúdio, em bares, praças e pontos onde aconteciam atividades culturais na cidade.

Essa nova proposta de levar o estúdio da Rádio até onde o seu ouvinte estaria, foi um marco no rádio, quando a Amazonas FM se torna a percussora no segmento de transmissões ao vivo na cidade de Manaus.

Quanto ao seu horário de apresentação, desde a sua criação o programa é veiculado logo após a “Voz do Brasil” de 19h às 22h. Depois de anos, foram realizadas algumas alterações em relação ao tempo de permanência no ar, passou a ser de 21h às 22h.

Essas mudanças são uma consequência natural de ajustes na grade de programação da Amazonas FM, com o advento da terceirização dos horários das emissoras, os chamados “programas de produção independente”, também trazem conteúdos extremamente culturais e interessantes ao rádio-ouvinte.

Nesse ponto, não são fundamentais apenas a questão do conteúdo e a qualidade do serviço apresentado, pode-se destacar que a questão comercial, está relacionada diretamente com as ideologias de produção artística das emissoras, o que colabora para consolidação desse mercado de produções independentes.

Apenas um profissional não é o suficiente para realizar a produção de um programa radiofônico, o Mesa de Bar é produzido em conjunto do locutor-apresentador com a equipe da produção da Amazonas FM. Para a equipe de produção da emissora, trata-se de um trabalho profissional, realizado por pessoas capacitadas e empenhadas em apresentar a melhor programação e conteúdo aos ouvintes que são o principal motivo da audiência do programa. É realizada uma troca de e-mails diariamente sobre o conteúdo que será apresentado no Mesa de Bar entre Sky e a produção.

Entrevistas, programação, vinhetas, transmissões, toda decisão é tomada e planejada pela produção da Rádio em comum acordo com a apresentadora, que tem total autonomia para produzir o programa, buscando ter domínio e critério na hora de escolher o conteúdo, pois tem que ser bem definido anteriormente com a direção da emissora.

A questão da produção de um programa radiofônico envolve muitos procedimentos, o conceito é primordial, por isso o programa Mesa de Bar resiste ao tempo e a pressão comercial, por sua qualidade e prestígio adquirido diante do exigente público que aprecia a boa música brasileira.

1.5 REFERÊNCIAS

FERRARETTO, Artur Luiz. *Rádio – O Veículo, A História e a Técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

_____. *Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21*. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos – 29 de agosto a 02 de setembro de 2007.

HAUSMAN, Carl; MESSERE, Fritz; O'DONNELL, Lewis; BENOIT, Philip. *Rádio: produção, programação e performance*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Mariana de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2005.

_____. *Fundamentos de metodologia científica*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1996.

MARTINEZ-COSTA, María Del Pilar (coord). *Reinventar La Radio*. Pamplona:Eunate, 2001.

RODRIGUES, Rui Martinho. *Pesquisa acadêmica*. São Paulo: Atlas, 2007.

AMAZONAS, FM. “Site da Rádio Amazonas FM”. Disponível em: <http://www.amazonasfm.com.br>. Visitado em: 30 de Ago. 2010.

AMAZONIA, PORTAL. “Matéria sobre Programa Mesa de Bar”. Disponível em:<http://portalamazonia.globo.com/pscript/noticias/noticias.php?pag=old&idN=112886>. Visitado em: 10 de Out. 2010.

MELLO, Maria Ivone de; FERNANDES, Miriam Velci. *Normas para Apresentação de Trabalhos Científicos*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2003. Disponível em http://www8.ufrgs.br/ppge/normas_para_apresentacao_de_trabalhos_cientificos.doc. Visitado em: 30 de Ago. 2010.