

O processo de Produção do Programa “Mesa de Bar” da Rádio Amazonas FM¹

Héber Augusto de Vasconcellos Dias SOARES²

Liliana Rodrigues da SILVA³

Faculdade Boas Novas, Manaus, AM

RESUMO

Este artigo vem descrever de forma clara e objetiva as etapas do processo de produção do Programa Mesa de Bar da Rádio Amazonas FM – 101,5 Mhz, pois caracterizam-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 as etapas e a funcionalidade de cada uma delas.

PALAVRAS-CHAVE: produção; audiovisual; rádio; Mesa de bar;

1. INTRODUÇÃO

A produção radiofônica abrange uma série de fatores fora de uma rádio. Segundo MCLEISH (2001), o produtor ou produtora de um programa de rádio que se limita apenas a ficar dentro de seu estúdio, sem ter o contato com a comunidade em geral, estão fadados à decadência.

O produtor tem que ter um contato direto com seus ouvintes, ouvi-los, perceber a sua necessidade, ler o que eles leem para que toda ideia e qualquer material divulgado em uma rádio seja diretamente destinada aquele público alvo.

Ideias para programas devem basear-se solidamente nas necessidades e na linguagem do público a que são dirigidas: o trabalho do produtor é avaliar, pensar e prever essas necessidades por meio de um contato próximo com os ouvintes em potencial. (MCLEISH, 2001, p.199).

O autor comenta que para qualquer nova ideia ser levada ao ar, deve ser levado em consideração os seguintes fatores: Pessoal, dinheiro, equipamento técnico e tempo.

Conseguindo alinhar a ideia de uma nova programação ou um novo programa de rádio, com as ferramentas que a “rádio já disponibiliza, pode ser frustrante, mas uma das tarefas mais

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, 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 do Curso de Jornalismo e Pós-Graduação da FBN-AM, Mestra em Ciências da Comunicação pela UFAM,, email: liliana.rodrigues86@gmail.com

importantes de um produtor é saber conciliar o desejável com o possível” (MCLEISH, 2001, p.199).

Até pouco tempo, havia alguma dúvida sobre a sobrevivência do meio radiofônico diante do surgimento das novas tecnologias. Alguns chegaram a afirmar que o rádio “morreria”, quando o que se descortinou foram possibilidades de recuperação do meio e da produção, além de um possível espaço para democratização da produção.

“É preciso criar uma nova rádio que seja suficientemente impactante para fidelizar os atuais ouvintes e absorver novos nichos de mercado. Obrigatoriamente, passa-se a assumir a ideia de qualidade e convergência de serviços via radiodifusão. É hora de se pensar em digitalizar a radiodifusão sonora” (ABDALLA; RAMOS, 127: 2005)

Diante dessa necessidade de digitalização na programação da Rádio Amazonas Fm que o processo de Produção do Programa Mesa de Bar, serviu como suporte para o desenvolvimento dessa pesquisa.

1. FASES DE PROCESSO DE PRODUÇÃO DO PROGRAMA MESA DE BAR

1.1 A PROPOSTA INICIAL DO PROGRAMA

A ideia de criação do Programa Mesa de Bar partiu do diretor da Rádio Amazonas FM, o radialista Renato Pitanga no final da década de 80.

Renato resolveu incluí-lo na grade de programação da emissora, após detectar a necessidade de atingir um público mais elitizado e seletista, diferente da grande massa, onde os programas que estavam sendo veiculados já atendiam.

Após realizar reuniões com sua equipe de produção ficou definido o perfil do programa que apresentaria um conteúdo musical com o melhor da Música Popular Brasileira – MPB, com clássicos que marcaram gerações e que era desprezado pelas outras emissoras na época.

Acreditando no talento, no carisma e na versatilidade do radialista Ney Amazonas, a direção da emissora entregou-o à missão de apresentar o mais novo programa da emissora.

O programa era veiculado com duração de 03 horas, no período da noite de 19h às 22h. Nessa época, a equipe de produção era bem reduzida, então muitas tarefas ligadas à produção do programa, acabavam sendo realizadas pelo apresentador.

Vale destacar que Ney Amazonas, na sua passagem pela emissora com o seu estilo próprio de fazer rádio, conseguiu trazer ao programa Mesa Bar e ao rádio Amazonense, a musicalidade feita pelos artistas locais.

Pode-se afirmar que ele foi o pioneiro em abrir essa porta a cultura regional na mídia radiofônica e não se limitava apenas a música amazônica, possibilitava a outros segmentos artísticos a divulgação de suas produções. O programa buscava levar aos seus ouvintes, um *mix* bem variado de artistas que tinham a preocupação de divulgar a cultura do Amazonas e da região Norte também.

No começo do programa a rádio Amazonas ainda possuía discoteca de *LP'S* (discos de vinil), onde o locutor tinha que ouvir música por música, pra poder definir a seleção musical que seria veiculada no programa.

Por se tratar de um programa segmentado, voltado para um público diferenciado a seleção de notícias e a definição das entrevistas pela produção do programa estavam baseadas em assuntos que tinham conexão com o perfil do Mesa de Bar. Para Ferraretto, a segmentação de um programa ou rádio,

significa oferecer um serviço com destinatário definido, buscando também anunciantes adequados a estes ouvintes específicos. Alguns critérios vão referenciar o corte feito na audiência total para ir ao encontro de um público-alvo. Em qualquer emissora, levam-se em consideração, de modo genérico, aspectos demográficos e socioeconômicos. No entanto, para segmentar, procuram-se particularidades dentro dessas características globais. (FERRARETTO, 2001, p. 53).

Com a segmentação do Mesa de Bar, a direção da rádio despertou para a necessidade de que o processo de produção, gravação, edição e finalização das vinhetas de abertura, passagem de blocos e encerramento, trilhas, *bg's* e outros elementos sonoros que envolvem a plástica de áudio do programa fossem contratados junto a um estúdio especializado em produção de mídias sonoras.

Essa medida passou a ser tomada porque o custo torna-se bem menor, quando a emissora manda produzir em uma produtora, do que ela ter que montar toda uma estrutura para ficar produzindo esse material.

O grande desafio para a equipe do Mesa era conseguir atender as expectativas de um público que até então era esquecido pelas outras emissoras locais. Porque as outras rádios davam mais destaque em suas grades aos programas que veiculavam ritmos mais populares como: brega, forró, pagode, samba, sertanejo.

Já que o objetivo do programa era ir ao encontro às necessidades de um público diferenciado e com um gosto musical mais seletivo. A produção do Mesa preocupava-se em atender ao máximo os pedidos musicais dos ouvintes.

Quando estava agendado de um artista local ir até participar ao vivo no estúdio da rádio, a produção tinha o cuidado de levar um cantor ou grupo que fosse bem aceito pelos fãs do programa e transmitir informações ou curiosidades sobre o artista do dia, de uma forma que fosse bem assimilado pelo público.

Buscando sempre manter uma maior proximidade com o ouvinte, foi criado o quadro “Seleção Musical do ouvinte”, onde ele mandava sua seleção por carta para produção do programa, e depois de sorteada e aprovada na sexta-feira era tocada na íntegra, durante a semana o locutor ficava anunciando que no final da semana, a seleção do dia seria aquela do ouvinte sorteado na segunda.

Esse ouvinte tinha seu momento de “Fama” e ainda ganhava prêmios doados pelos anunciantes do programa.

Para uma rádio manter um programa no “AR” ela precisa dos seus anunciantes, diante disso, o locutor do programa tinha autorização da direção da emissora em vender espaço publicitário do programa e como prêmio ele receberia 20 % do valor financeiro do contrato de mídia fechado.

Vale destacar que o setor comercial da emissora é orientado pela produção da rádio, em fazer uma triagem dos anunciantes para que o produto ou serviço que venha a ser anunciado seja direcionado a relação de necessidade e consumo do público-alvo do programa.

Diante disso deve-se evitar a comercialização do mesmo plano de mídia do programa Mesa de Bar, dentro de um programa que é veiculado de oito da manhã ao meio dia, porque segundo pesquisas feitas pelo setor de planejamento da emissora, o público ouvinte da rádio nesse período, são donas de casas, profissionais do comércio, da construção civil, estudantes e ouvintes de baixo a médio poder de compra.

A produção da Rádio Amazonas procura não veicular spots comerciais de empresas do mesmo segmento dentro do mesmo horário da grade de programação. No caso do Mesa de Bar, um exemplo que ilustraria o que foi citado acima: a Cervejaria *Fellice* anuncia sua festa de Retrospectiva dos anos 80 que acontecerá no mesmo dia da gravação do DVD do cantor Cileno que acontecerá na Cervejaria *Haus Bier*.

Este tipo de veiculação é totalmente inaceitável na programação de uma emissora que prima pelo respeito e consideração para com os seus ouvintes e anunciantes.

Existe uma característica no perfil do Mesa de Bar onde sua equipe conseguiu fazer dele um programa que acompanhasse a evolução musical brasileira, não ficando estacionado na relação espaço e tempo e sem perder a sua essência, que começou a ser estabelecida quando Ney Amazonas foi o seu apresentador.

Paralelo à evolução musical, a Rádio Amazonas precisou se render a evolução tecnológica para que ela não ficasse para trás em relação as outras concorrentes e perdesse espaço no mercado radiofônico de Manaus. Foi quando em 2003, ela possibilitou ao seu ouvinte que escute a rádio *on-line* e ainda possa ver o que se passa no estúdio, ao vivo.

Segundo Prata (2008) rádios *on line* são aquelas em que suas emissoras executam sua programação por ondas eletromagnéticas e via internet simultaneamente, funciona como uma segunda opção ao consumo radiofônico em um outro suporte: a internet.

1.2 A INFLUÊNCIA DA TECNOLOGIA NA PRODUÇÃO DO MESA DE BAR

De acordo com Ortriwano (2002-2003 apud LOPEZ, 2009, p.472) “uma série de inovações tecnológicas são especialmente favoráveis ao renascimento do rádio e à transmissão jornalística. Entre elas, o gravador magnético, o transistor, a frequência modulada e as unidades móveis de transmissão”.

Com a chegada da “Era Digital” na Rádio Amazonas, aconteceu a implantação de novos equipamentos de alta tecnologia de transmissão, microfones de alta captação, computadores com softwares de automação, produção, gravação, edição e finalização, que possibilitaria realizar-se várias tarefas com apenas o manuseio do mouse.

Tudo indicava que ficaria mais fácil para a equipe de produção da Amazonas FM, produzir e veicular os programas da emissora principalmente o Mesa de Bar. Pois antes da chegada da inclusão digital ao Rádio, o processo de produção de um programa radiofônico era mais trabalhoso, gastava-se mais tempo, e a qualidade ficava comprometida.

Como a implantação do processo de digitalização ou automatização na Amazonas FM, fora necessário que seus profissionais passassem por um período de adaptação e treinamento. Eles precisavam conhecer e aprender a trabalhar com os equipamentos que estavam chegando.

Um dos primeiros passos de todo esse processo, aconteceu quando a equipe de produção precisou migrar as músicas que estavam nos LP'S (discos de vinil), CD'S (*compact disc*), fitas cassetes, pertencentes ao acervo da discoteca da emissora para o computador (servidor) onde seria armazenado todo material em áudio já digitalizado.

Depois de feita essa migração foi preciso preparar todo esse acervo agora digital, antes dele estar preparado para ser programado. Essa preparação, trata-se de colocar esse áudio dentro dos padrões de qualidade de veiculação que um rádio FM precisa apresentar aos seus ouvintes.

Volume, equalização, tempo de introdução e de encerramento da música, qualidade do áudio, todos esses detalhes são verificados antes dos arquivos digitais serem disponibilizados no servidor para efeito de programação.

Todo material produzido e pronto para ser veiculado na programação da emissora é necessário que antes passe pela produção da emissora, para ser aprovado e depois ser formatado nos padrões de qualidade.

Um fator importante que é válido registrar com a inserção da digitalização no Rádio foi necessário que as emissoras tivessem a preocupação com a capacitação dos seus profissionais, principalmente da equipe de produção, locução e apresentação.

Diante desse processo de evolução tecnológica o perfil do profissional de rádio também precisou mudar. Para fazer parte da equipe de um programa como o Mesa de Bar exige-se alguns pré-requisitos como:

- Domínio da Língua Portuguesa (Escrita e Oral);
- Conhecimento básico de Inglês;
- Conhecimento intermediário de Informática;
- Noções de Edição de áudio;
- Habilidade de falar em Público;
- Amplos conhecimentos gerais;
- Vasto conhecimento sobre Música Popular Brasileira;
- Conhecimentos de Produção, Locução e Operação de Rádio;
- Ter espírito de equipe e saber lidar com o improviso.

A prova dessa adequação a necessidade imposta pela convergência tecnológica, é que atualmente os profissionais da produção da Rádio Amazonas FM, apresentam curso superior na área de Comunicação Social, seja as habilitações de Jornalismo, Publicidade e

Propaganda, Rádio e TV. Uma forma de realizar essa capacitação dos seus colaboradores a emissora firmou uma parceria com uma Instituição de Ensino Superior da cidade, permutando bolsas de ensino dos cursos de Comunicação Social em troca de planos de mídia.

Não é uma das missões nada fácil para esses profissionais da equipe de produção, pois eles precisam dar suporte a todos os programas que são produzidos pela emissora e também monitorar os programas de produção independentes que integram a grade de programação da Rádio Amazonas.

O programa Mesa de Bar passou por várias fases nesses seus 22 anos de história, mas sempre mantendo a sua essência, sem deixar cair o padrão de qualidade na produção de sua plástica sonora, na definição de seus apresentadores, na escolha dos seus entrevistados, na elaboração do conteúdo apresentado, na execução de seus eventos fora o estúdio da emissora e principalmente na seleção musical que é apresentada ao público que prestigia o programa.

Tudo isso só aconteceu e tem acontecido por mérito, responsabilidade, dedicação, compromisso e competência dos profissionais que fazem acontecer o programa Mesa de Bar.

1.3 A PRODUÇÃO DO PROGRAMA MESA DE BAR

Conforme foi pesquisado junto à produção da Rádio Amazonas FM será apresentado a seguir como acontece o processo de produção do programa Mesa de Bar:

- Pré-Produção:

Nessa fase, acontece a reunião de pauta entre os produtores e a apresentadora, onde é pré- estabelecido o roteiro do programa que será veiculado, a seleção das músicas inseridas na programação: as já tocadas e se tiver lançamentos, são inclusos no sistema. Ocorre também a definição dos entrevistados e uma temática para cada dia. O roteiro estabelecido pode ser ajustado durante a veiculação do mesmo.

Durante essa fase de pré-produção realiza-se a Pesquisa de conteúdo em sites e portais especializados, em revistas do gênero. Alguns assuntos são tratados com especialistas por email ou até mesmo por telefone. Depois de editado o conteúdo textual é repassado para a apresentadora para que possa ser veiculado. A Divisão de tarefas no caso

do Mesa de Bar é feita entre os produtores Sandro Abecassis, Oyama Filho e a locutora Sky Rodrigues. Quando fica estabelecido que será produzido algum programa especial, a direção da emissora envolve outros profissionais.

- Edição e Gravação:

Essa fase geralmente acontece em situações, quando a locutora precisa se ausentar por algum motivo e não tem outra pessoa para substituí-la, o programa precisa ser gravado anteriormente, dando a impressão ao ouvinte, como se tivesse sendo veiculado ao Vivo, como é a rotina semanal.

Isso acontece não no estúdio principal, mas sim no estúdio da gravação e depois de editado e finalizado e incluído no software *RadioVision* (programa de computador utilizado para execução da programação – arquivos de áudio digitais , em um estúdio de rádio) para ser veiculado no horário.

- Veiculação:

Durante a veiculação do programa Sky Rodrigues não apenas apresenta o programa, ela exerce várias tarefas, ela opera a mesa do estúdio, atende ouvinte ao telefone, interage no *chat* e no *twitter* da rádio, orienta o entrevistado sobre como será conduzida a entrevista, ela acaba atuando como produtora também. E um dos produtores tem a responsabilidade de monitorar o programa, quando ele está sendo veiculado, com o objetivo de evitar o máximo as falhas.

Abaixo segue o roteiro de uma das edições selecionadas pelo pesquisador que foram veiculadas no ano de 2010:

PROGRAMA MESA DE BAR - Segunda-Feira – 27 de Setembro de 2010

Bloco 01 - Duração : 12 minutos

21:00: Vinheta – Abertura Mesa de Bar – 30 segundos ;

- Trilha Locução Mesa de Bar - 3 minutos

Loc: Sky faz a saudação aos ouvintes, com o seu boa noite, anuncia os patrocinadores do programa e convida os ouvintes a participarem do programa pelo telefone da emissora, pelo chat do site da emissora , pelo email e pelo twitter. – 2 minutos;

Loc: Sky anuncia o nome do Artista e da primeira música do 1º bloco.

- Toca a música Cileno – Mimo de Beija- Flor - 3 minutos aproximadamente;

* Geralmente são executadas 3 músicas por bloco musical e entre uma música e outra o locutor coloca uma vinheta de 3 a 5 segundos para dá mais dinamismo a programação ;

Loc: Sky fala o nome das outras músicas que tocaram Nesse bloco e chama o bloco comercial;

21:12 até 21:15 : Bloco comercial ;

Bloco 02 - Duração : 12 minutos

21:15: Vinheta de Passagem de Bloco;

- Trilha Locução Mesa de Bar - 3 minutos;

Loc: Sky reforça a participação dos ouvintes a participarem do programa pelo telefone da emissora, pelo chat do site da emissora, pelo email e pelo twitter, manda alguns alô e depois lê alguma notícia do Portal Amazônia de grande relevância ou sobre música, sempre algo relacionado a linha editorial do programa – 2 minutos .

Loc: Sky anuncia o nome do Artista e da primeira música do 2º bloco.

- Toca a música Caetano Veloso – Sozinho – aproximadamente 4 minutos;

* Nesse bloco foram executadas duas músicas pelo fato de elas serem maiores. O locutor é orientado para evitar atrasos na passagem dos blocos e seguir à risca a sequência anteriormente programada pela produção, mas tendo liberdade de atender aos pedidos musicais dos ouvintes.

21:27 até 21:30: Bloco comercial;

Bloco 03 - Duração: 12 minutos

21:30: Vinheta de Passagem de Bloco;

- Trilha Locução Mesa de Bar - 3 minutos

Loc: Sky fala sobre algum lançamento de Cd ou Dvd de um artista local, anuncia o dia do show , pode haver a inserção de um flash jornalístico – 2 minutos .

Loc: Sky anuncia o nome do Artista e da primeira música do 3º bloco, geralmente essa música é do Cd do artista que a locutora comentou anteriormente.

- Toca a música Márcia Siqueira - Amazonas – aproximadamente 3 minutos;

* Nesse bloco pode acontecer de ser realizada uma entrevista com o cantor ou banda que estará fazendo o show anunciado e nessa participação, é dado tempo pra a execução de 2 músicas ao vivo.

21:42: Vinheta de Passagem de Bloco;

21:42 até 21:45 : Bloco comercial ;

Bloco 04 - Duração : 12 minutos

21:45: Vinheta de Passagem de Bloco;

- Trilha Locução Mesa de Bar - 3 minutos

Loc: Se caso houve entrevista, Sky convida o artista a fazer suas considerações finais, convidando o público para o show de lançamento do seu Cd. Sky reforça o convite para o dia do show, manda os últimos alô's do programa, comenta sobre alguma curiosidade e depois xama a última seqüência de 2 músicas – 3 minutos cada música aproximadamente.

- Toca Maria Betânia e na seqüência Tom Jobim ;

21:56: Vinheta de Passagem de Música;

Loc: Sky cita o nome as duas músicas do bloco mais o nome dos Artistas, anuncia os ganhadores dos prêmios, se caso tenha sido anunciado alguma promoção, faz sua despedida tradicional, se ainda tiver tempo, toca a última música;

22:00: Vinheta de Encerramento.

- Pós Produção:

Depois do encerramento do programa Sky manda email para a produção com os nomes dos ouvintes e brindes sorteados, já com as sugestões de músicas para o dia seguinte baseada nos pedidos dos ouvintes.

O Programa Mesa de Bar está inserido no formato de programa de Entretenimento, pois apresenta na sua programação semanal uma gama de opções ao seu público-alvo como: música, entrevistas, informações, agenda cultural e de shows, participação do ouvinte, isto é, apresenta-se em uma formatação bem heterogênea, apesar de ser segmentado.

1.4 CURIOSIDADES SOBRE O PROGRAMA MESA DE BAR

Depois de entender como surgiu o programa e sua consolidação na programação radiofônica amazonense, os efeitos da inclusão digital no Rádio, conhecer o roteiro de umas edições do Mesa de Bar, será apresentado algumas curiosidades sobre esse programa que tem marcado a história do rádio Amazonense.

Atualmente a produção do Mesa está sobre a responsabilidade do publicitário Sandro Abecassis e do radialista Oyama Filho, que são produtores da Amazonas FM com total participação da publicitária Sky Rodrigues, locutora e apresentadora do programa desde o ano de 2001, sem esquecer a colaboração dos estagiários da Fundação Rede Amazônica, que ministra cursos de formação técnica em Rádio e TV.

A veiculação do programa tem acontecido de segunda a sexta-feira, de 21 h após o programa “Amazon Space”, até 22h, antes das transmissões ao vivo direto de casas de shows noturnas locais que compram o horário, visando atrair mais público para os seus eventos.

Em uma hora de programa, tem se realizado entrevistas com personalidades ligadas ao cenário musical, da cultura, artes em geral, artistas locais e nacionais, som ao vivo no estúdio e a produção de especiais em homenagem aos grandes nomes da MPB.

O Mesa de Bar conseguiu estabelecer que metade da sua programação seja local, onde é apresentado em cada bloco do programa, uma sequência musical como por exemplo : Maria Bethânia, a Márcia Siqueira e o Nilson Chaves. Já no bloco seguinte viria Djavan, o Cilenio e Chico Buarque.

Sempre colocando os artistas locais no mesmo nível de importância e destaque dos nacionais. Esse critério foi estabelecido pela equipe do programa e o resultado tem sido comprovado durante a trajetória e todos esses 22 anos de permanência do Mesa de Bar dentro da grade da Rádio Amazonas FM.

Nas terças-feiras foi implantado recentemente, o quadro “Leitura Musical”, onde tem a participação especial do Doutor e Professor em Linguística da Universidade Federal do Amazonas, Sérgio Augusto Freire. Ele juntamente com a produção do programa, prepara um *playlist* das músicas que serão apresentadas naquela edição e no decorrer da execução delas dentro dos blocos, ele explica aos ouvintes como decifram as letras das músicas descobrindo a linguagem de forma mais completa.

A cada semana, essa seleção está relacionada a uma temática diferente e que tenha relevância ao perfil do Mesa de Bar. Chegando as quartas-feiras, o consultor musical Marco Antônio Ribeiro, leva raridades de vários segmentos da música nacional, contando as histórias peculiares a cada uma delas. Um bom exemplo foi o especial “Memória Musical” com repertório focado nas pérolas dos anos 70, que na época eram taxadas de “bregas”, mas que foram na verdade, um trampolim para Roberto Carlos, Fernando Mendes, Amado Batista e outros.

Para a equipe do Mesa a criatividade é infinita, mas existe muita coisa que a ser feita no programa, principalmente diante uma ideologia compartilhada com a direção maior da Rede Amazônica que os ensinou que valorizar a cultura da região Amazônica é a maior missão de todos que integram a Rádio Amazonas. A relação entre o ouvinte e o programa foi se solidificando nos anos que programa está no Ar. Tudo consiste basicamente no respeito que se tem pelo ouvinte do programa, onde se busca atendê-los da melhor forma possível, sendo encarado pela equipe como um desafio diário.

A produção tem maior cuidado na construção da programação (pré-produção), na elaboração de promoções (estratégias) e com o conteúdo (veiculação) apresentado diariamente.

A participação pelo telefone é uma das coisas curiosas do programa. O ouvinte do Mesa de Bar é mais ouvinte mesmo. Quando liga, geralmente é pra mandar um alô para um amigo, pedir música. Mas o telefone não chega a ficar congestionado.

No início isso incomodava um pouco, principalmente à locutora Sky Rodrigues. Depois ela conseguiu entender que isso é o perfil do ouvinte. Diferente do público da manhã, o da noite, gosta mais de ouvir do que de ligar. Nos dias em que se realiza alguma promoção, a participação é bem maior pelo telefone.

Quando são realizadas as entrevistas ao vivo, o ouvinte internauta acaba tendo uma participação mais efetiva. O internauta tem estado mais presente no Mesa de Bar, com a transmissão do programa pelo site da Rádio em tempo real, as redes sociais têm sido bem exploradas, apresentado bons resultados.

Em tempos de *Twitter*, *Facebook*, *Orkut*, *Skype* e outras formas de comunicação, o telefone tem ficado em segundo plano, trata-se de um novo momento nessa relação com o público.

O principal diferencial dos produtores responsáveis pela programação diária do programa está na desconexão do mundo real por algum tempo e mergulhar no mundo dos sonhos, da melodia e das letras das músicas, pois cada bloco tem três músicas que precisam ser harmônicas.

Além de escolher cada música dentre uma variedade imensa do acervo musical da emissora, é necessário ouvir atentamente todo o bloco para verificar se o bloco havia ficado realmente bem escolhido.

Vale ressaltar com louvor que em toda essa trajetória do programa, alguns profissionais se destacaram durante o tempo que fizeram parte da produção do Mesa, eles

são: Socorro S'antanna, Ricardo Lins, Michele Bahia, João Wemison, Emanuelle Feitoza, Andrea Nogueira e Júnior Lobão, essa equipe era chamada pelos colegas de emissoras de Tribo de Jah. Segundo informações, os profissionais da Rádio se dividiam em 03 tribos: Tribo de Judá (Setor Comercial), Tribo de Cá (Radiojornalismo) e a Tribo de Jah (Produção). Essa tribo destacava-se pelo espírito de união, compromisso e companheirismo que envolvia seus integrantes.

Por fim, o principal objetivo de toda equipe do programa é fazer com que as pessoas se sintam donas do Mesa do Bar e sintam-se parte integrante dele e que são fundamentais para o bom andamento e sucesso do mesmo.

1.5 EVENTOS PRODUZIDOS PELO PROGRAMA MESA DE BAR

Nos seus 21 anos de História aconteceram alguns eventos que tiveram a marca, a produção e a qualidade do programa Mesa de Bar, pode-se se destacar:

- 1) Aniversário do Mesa de Bar na piscina do Tropical Hotel tendo como atrações: Cileno, Márcia Siqueira, Guilherme Arantes e Flávio Venturine.
- 2) Dia da música no Bar Zero Grau com a presença de Nelly Miranda, Cleomar Guerreiro, Serginho Queiroz, Amílcar Azevedo, Cileno e Fátima Silva,
- 3) Mesa de Bar especial de Natal no Nostalgia Music Hall com a presença de 10 grandes artistas do cenário musica Amazonense.
- 4) Mesa de Bar acústico, no último domingo de cada mês, onde os artistas locais se apresentavam em show no formato voz e violão para o público que visitava a praça de alimentação do Shopping Studio 5.

Todos esses eventos além de agradar o público presente eram transmitidos na integra pela rádio Amazonas Fm, desta forma o programa fidelizou a audiência do público , garantindo a difusão e o reconhecimento aos artistas da Amazônia, dos quais podemos destacar: Cândinho e Inês, Nelly Miranda, Cleomar Guerreiro, Serginho Queiroz, Amílcar Azevedo, Cileno, Fátima Silva, Márcia Siqueira, Lucilene Castro, Nicolas Júnior, Cristina Oliveira, Zezinho Corrêa, Célio Cruz, Pereira, Lucinha Cabral, Eliana Printes, Eudes Fraga, Nilson Chaves, grupo Raízes Caboclas, dentre muitos outros artistas da região amazônica.

Diante tudo que foi apresentado, conclui-se que atualmente é primordial para as emissoras de Rádio, juntamente com todos os profissionais, o investimento na qualidade da produção dos programas Radiofônicos, com o objetivo de alcançar maiores índices de

audiência, que possibilitará a emissora sua consolidação no mercado comunicacional perante o surgimento das novas mídias e ao processo de convergência tecnológica dos meios.

1.6 REFERÊNCIAS

ABDALLA JR., H; RAMOS, M. C. *Edgard Roquette-Pinto: o que ele tem a ver com o rád rádio digital*. Em BARBOSA FILHO, A.; CASTRO, C.; TOME, T. (orgs). *Mídias Digitais – Convergência tecnológica e inclusão social*. São Paulo: Paulinas, 2005, p.127.

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

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

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

LOPEZ, Débora Cristina. *Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica*. In: KLÖCKNER, L; PRATA, N (Org). *A história da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil*. Porto Alegre: Edipucrs, 2009.

MCLEISH, Robert. *Produção de Rádio – Um guia abrangente de Produção radiofônica*. São Paulo: Summus, 2001.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. *A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos*. São Paulo: Summus, 1985.

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: 03 de junho. 2012.

PRATA, Nair. *Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação*. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) Universidade Federal Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008. Disponível em: http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/.../1/nair_prata_tese.pdf. Visitado em: 2 de jun. 2012.