



Universidade de Brasília

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Memorial de Projeto de Pesquisa

Boa noite, boa sorte

Um retrato dos programas de paquera nas rádios de Brasília

Augusto Berto Buani

Orientador: Prof. Dr. Paulo Paniago

Brasília

2015

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

AUGUSTO BERTO BUANI

Memorial de Projeto de Pesquisa

Memorial referente a projeto experimental apresentado ao curso de Comunicação Social da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília como componente parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo. Orientador: Prof. Dr. Paulo Roberto de Assis Paniago.

Brasília

2015

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

AUGUSTO BERTO BUANI

MEMORIAL DE PROJETO DE PESQUISA

BANCA EXAMINADORA

Orientador

Prof. Dr. Paulo Roberto de Assis Paniago (FAC/UnB)

Examinador

Prof. Dr. Luiz Martins da Silva (FAC/UnB)

Examinador

Prof. Dra. Nélia Del Bianco (FAC/UnB)

AGRADECIMENTOS

À Patrícia, minha mãe. Versão de pessoa mais evoluída, paciente e carinhosa que habita este planeta. O afeto dedicado desde sempre foi determinante para chegar até aqui. Sem o suor dela, não poderia lutar pelos meus sonhos.

Ao meu avô, Luiz Berto. Incentivador da minha escrita, mecenas do meu armário de livros e patrocinador oficial dos carnavais em Olinda.

À avó, Lásara. Que insistiu na minha capacidade de juntar letras quando todas as professoras me davam como caso perdido.

Ao irmão, Pedro Berto. Meu espelho, exemplo de caráter, pai e samba no pé.

À irmã e futura mamãe, Patricinha. Colo e ouvido para meus infindáveis questionamentos amorosos.

Ao pai, André. Melhor avô que a Julia poderia ter.

Agradeço ao orientador deste trabalho, Paulo Paniago, pelo refinamento de cada parágrafo do texto e a paciência com prazos apertados.

A todos os amigos: Arthur Pereira, Douglas Amorelli, João Gabriel Amador, Natan Andrade, Gabriel Freire e aos três Felipes (Cardoso, Tuti e Líder). Por cada cerveja, festa e serenata. Obrigado por tornar minha experiência universitária inesquecível.

E a todas que me mostraram serem as histórias de amor os melhores capítulos da minha vida.

RESUMO

Cinco rádios do Distrito Federal colocam no ar, de segunda a sexta-feira, programas destinados a ouvintes que buscam relacionamento amoroso. Todas as noites, as ondas do rádio criam uma rede de interações, invisível para muitos brasilienses. A reportagem conta a história de ouvintes que tiveram a vida alterada após envolvimento com os programas de rádio. Namoros, casamentos, traições. Casais que nunca se encontrariam se o rádio não os aproximasse. Expõe a produção de cada programa e o envolvimento dos locutores com ouvintes. Este trabalho também mostra pesquisa inédita, que detalha o perfil socioeconômico dos ouvintes dos quadros de paquera. E explica como o namoro por rádio resiste às investidas tecnológicas dos aplicativos de *smartphones*, como o *Tinder*, destinados ao mesmo objetivo. *Boa noite, boa sorte* é resultado de um ano de apurações para compreender o fenômeno da paquera radiofônica.

Palavras-chave: jornalismo literário, rádio, namoro, paquera, personagem

SUMÁRIO

1. Apresentação.....	7
2. Problema de pesquisa.....	8
3. Justificativa.....	9
4. Objetivo.....	10
5. Referencial Teórico.....	11
5.1 Construção de comunidades de afeto via rádio.....	11
5.2 O mito no rádio – gerar imagens por ondas sonoras.....	14
5.3 Rádio e Devaneio.....	15
5.4 Locutores – o poder da voz.....	17
5.5 Paquera 2.0 – caso Tinder.....	19
5.5.1 Celular comum x Smartphones.....	20
5.5.2 Ilustre desconhecido.....	21
5.6 Livro-reportagem.....	22
5.7 Perfil.....	23
6. Metodologia.....	24
7. Considerações finais.....	27
8. Bibliografia.....	29

1. APRESENTAÇÃO

Quando criança, pensava ser absolutamente normal desligar o volume da televisão e ligar o rádio na hora das partidas de futebol. Lembro de cada subida do Palmeiras ao ataque. Meu avô inclinava o corpo para frente, para escutar melhor cada detalhe. Meu pai fincava as unhas nas pernas. A cada metro avançado pelo time, mais ele se açoitava. Se alguém passasse ao lado para perguntar alguma coisa, era repreendido aos berros, por todos nós. Até hoje, ao menor sinal da voz de José Silvério, da rádio Bandeirantes, de São Paulo, bate um nervosismo. Mas eu guardo como um dos melhores momentos da minha infância. Sofrimento saudável de cada domingo.

Passsei a gostar de ficar ao lado do rádio, imitar o barulho das vinhetas, a voz de cada locutor. Aquela caixinha de música tinha um ritual, uma mística.

Em casa, peguei hábito de conectar o fone de ouvido no celular para escutar os “sucessos que marcaram época” na Antena 1, ou os últimos lançamentos sertanejos, nas estações populares. Em uma dessas noites, fiquei acordado até mais tarde encarregado com um trabalho da faculdade. Então, fui apresentado ao programa de paquera *Clube By Night*.

Geralmente, usuários utilizam o veículo sonoro para ouvir músicas ou se informar nos canais noticiosos. Mas cinco dessas emissoras no Distrito Federal, Clube, JK, Atividade FM, Supra FM e 610 AM, possuem programas em que o interesse do ouvinte é outro: arranjar um relacionamento amoroso.

Percebi o quanto era curiosa a forma como aquelas pessoas interagiam. O estilo de locução, muito mais pesada, o andamento do programa, mais lento que os acelerados quadros durante a tarde. A interação do locutor com os ouvintes, com perguntas do tipo “Como vai seu coração?”, com a pessoa do outro lado da linha a desaguar solidão.

A ideia de procurar um namorado por meio da rádio me soava absurda. No dia seguinte, a maioria dos amigos desconhecia a existência dos programas de namoro. Quem conhecia, pensava se resumir apenas a leituras de recados melosos e cartas de amor.

Durante os primeiros dias de apuração, ao ligar para os participantes, percebi a riqueza de histórias escondidas. Por meio da rádio, pessoas casam, traem, brigam, passam noites a trocar juras de amor. Era um mundo desconhecido. A voz do locutor cria uma rede de relacionamentos alimentada pela necessidade de amar dos ouvintes.

Este trabalho procura entender o fenômeno dos quadros de paquera nas rádios do Distrito Federal. Para tal entendimento, produzi perfis sobre os protagonistas dessa história: locutores e ouvintes. Esse retrato humano carrega técnicas de jornalismo literário e perfil, gênero no qual se aborda a vida do personagem, sua trajetória, altos e baixos, realizações, conforme a definição de Sergio Vilas Boas.

Criar empatia é importante para fazer o leitor sentir o que sentiria se estivesse na mesma situação. Para uma reportagem que fala de amor, o leitor pode entender isso a cada página.

2. PROBLEMA DE PESQUISA

Quem são as pessoas que vão ao rádio procurar um relacionamento amoroso? Quando escutei o programa de paquera pela primeira vez, não conseguia imaginar o perfil de um participante. Qual seu contexto social e econômico? Onde mora, renda, tem acesso a outras tecnologias como computador e *smartphones*?

A dúvida se acentuava ainda mais quando percebia que muitos ouvintes poderiam usar outra tecnologia achar um parceiro: o aplicativo de celular *Tinder*. Com 12 milhões de usuários no Brasil, permite de maneira mais simples e menos expositiva, encontrar uma paquera. Mesmo assim, um número grande de pessoas ainda optava pelo rádio.

Além disso, buscava entender os fatores emocionais que levavam o ouvinte delegar para o rádio a função de cupido. São pessoas bem resolvidas? Viveram uma grande paixão recentemente? Querem relacionamento sério ou um parceiro por uma noite? Alguém realmente deu certo, casou, teve filhos e vive apaixonado durante anos por uma pessoa que conheceu às cegas?

Ao longo da apuração, percebi o quanto seria complicado responder essas questões. Atores envolvidos com os programas diariamente há 18 anos, como diretores e locutores, davam respostas diferentes sobre o perfil e as razões dos ouvintes sintonizarem a rádio a cada noite. Com as respostas conflitantes, a única maneira possível de responder com fidelidade às questões era a produção de uma pesquisa, durante meses, para entender exatamente o participante do programa de paquera.

Como será demonstrado aqui, foram realizadas 754 entrevistas na produção do levantamento. Institutos de estatísticas como o IBOPE abordam de 1 mil a 2 mil pessoas em grandes pesquisas, como apuramento da corrida presidencial.

Outra questão é entender como se articula a rede de relacionamentos criada pelas rádios. A parte visível dos programas mostra um locutor e dezenas de perfis com números celulares para contato. Mas como se realizavam esses encontros? Como se dá os diálogos e interações entre os participantes? Demoram a se encontrar, ou são mais apressados? As táticas para seduzir alguém sem rosto. O que fazer para ter sucesso e quais ações repelem um pretendente. Afinal, namorar pelo rádio tem técnicas próprias? E respostas para todas as dúvidas surgiriam à base de muita conversa com os ouvintes.

3. JUSTIFICATIVA

Ao me debruçar sobre o tema, procurei trabalhos anteriores que abordassem os programas de paquera, para me oferecer referências e entender possíveis diferenças do formato das atrações de Brasília para outras cidades. Percebi serem escassas as produções sobre o tema. Havia poucos trabalhos com dedicação a análise profunda para entender o fenômeno dos programas de paquera no Brasil.

A antropóloga gaúcha Adriane Boff tem a obra com mais completa sobre o tema: *O namoro está no ar... Na onda do outro – Um olhar sobre os afetos em grupos populares*. O trabalho é resultado da tese de mestrado de Boff para a universidade EDUNISC (Universidade Santa Cruz do Sul). Trata-se de um estudo de caso do programa *Adeus à solidão*, da rádio Farroupilha, em Porto Alegre. O objetivo é o mesmo dos programas brasilienses: arranjar uma companhia. Boff faz toda a análise do público, como se relacionam, a dinâmica daquele grupo social.

Mas com uma diferença substancial para a pesquisa aqui apresentada: no *Adeus à solidão*, os ouvintes se dirigiam até a sede da rádio para encontrar os pares. Também havia pouca interação com locutores por telefone. Tampouco interações entre os solitários por celular, tecnologia tão escassa à época. O processo comunicativo, uso do aparato tecnológico e as interações eram bem específicos.

A dinâmica é completamente diferente para os programas de paquera atuais.

Troquei e-mails com Adriane Boff e conversei com profissionais do rádio em Brasília. Assim, pude constatar que a análise realizada para traçar os perfis dos ouvintes e entender a articulação dos programas de paquera no Distrito Federal é inédita. Esta pesquisa vai ajudar profissionais da área ou mesmo leigos curiosos no tema a entender um tema pouco abordado na mídia.

O trabalho se justifica como um retrato histórico de como um meio de comunicação influi diretamente na vida dos seus usuários. Como a tecnologia tem impacto direto na vida dos seus usuários, com alterações significativas na autoestima e nos relacionamentos amorosos. Um fato que se repete todas as noites, mas muitas vezes passa despercebido como acontecimento social.

4. OBJETIVOS

Ao conversar com os locutores e diretores das rádios envolvidas nos programas de paquera, me impressionei com a falta de informação sobre os ouvintes e suas histórias. Dentro do estúdio, com o ar condicionado ligado a temperaturas baixíssimas, nenhum deles pareceu ter noção da rede de relacionamentos criada a cada noite, e do envolvimento do público com o programa. Alguns até trataram os ouvintes com ironias, faziam piadas sobre a necessidade de ir até o rádio para buscar relacionamentos. Ao bater ponto no trabalho todo dia e repetir as mesmas falas e as mesmas atrações, os locutores ficaram imunes ao encanto da profissão.

Durante o processo de apuração da reportagem, voltei repetidas vezes aos estúdios para acompanhar a produção dos programas, ou para conversar com cada locutor e angariar material para a construção dos perfis. Nessas ocasiões, quando eu relatava algumas histórias dos ouvintes, muitos locutores ficavam emocionados. Após décadas de rádio, o desencantamento da rotina esfriou o ânimo dos apresentados. Parecem perder um pouco da dimensão do poder transformador do rádio.

Na obra *O olho da rua*, a jornalista Eliane Brum reúne dez reportagens em que os destaques são pessoas comuns. Relações cotidianas, que muitas vezes passam despercebidas, são descortinadas. Ela revela um mundo de interações e personagens escondidos pela indiferença cotidiana. Assim como os locutores envolvidos com os programas há anos não percebiam, eu também tentei desvendar um mundo totalmente desconhecido. São pessoas comuns, dispostas a encontrar uma nova paixão, ou mesmo trair o atual companheiro, e usam o rádio como entrada.

Este trabalho pode servir para lembrar a todos os locutores e produtores que o rádio é um instrumento muito poderoso de encantamento. Ao reunir histórias de pessoas com o destino totalmente alterado pelo rádio, reforço o poder do aparelho em estimular o fantástico, de libertar o inconsciente.

O livro também se atreve a ser uma modesta contribuição jornalística para entender o fenômeno dos programas de paquera. Entender desde as relações sociais e vidas diretamente afetadas com a realização dos programas, como também trazer cada devaneio particular dos ouvintes, essência do encantamento radiofônico.

5. REFERENCIAL TEÓRICO

5.1 Construção de comunidades de afeto via rádio

O senso comum do significado da palavra comunidade remete a indivíduos na partilha de boas convivências, respeito e o esforço entre os envolvidos em conviverem juntos. Na introdução do livro *Communitas*, Roberto Esposito (1998) encontra uma saída semântica para propor outro conceito de comunidade. Em latim, *communitas*, se forma a partir dos vocábulos *cum* e *munus*. *Cum* é aquilo que nos coloca em relação com os outros, o que nos liga. Já o termo *munus*, explica Esposito, possui três significados, todas relacionadas à ideia de dever, de obrigação. São elas *onus*, *officium* e *donum* (ônus, ofício e dom ou doação).

De acordo com esse conceito de comunidade, as pessoas estariam unidas por um vazio, medo de estarem sozinhas. Como explica Paiva (2012):

Esposito considera que aquilo que os membros de uma comunidade têm em comum não seja alguma coisa de positivo, como um bem ou uma propriedade, nem mesmo um pertencimento e nem uma essência. Para ele, o que possuem em comum é um *dever*, uma *tarefa*, uma *dívida*. O que une as pessoas é uma falta que as obriga a cumprir determinadas tarefas. Ou seja, a dívida que todos têm para com todos, essa obrigação, nascida da falta, do vazio, do medo de cada um de nós. (PAIVA, 2012, p. 72)

A comunidade de afeto firmada entre os ouvintes dos programas de paquera se baseia na insegurança da solidão. Então, vão procurar estreitar laços, e uma dessas formas é o vínculo criado com os locutores e ao programa de rádio.

Ao acompanhar com frequência determinado programa radiofônico e incorporá-lo à rotina, o ouvinte cria afeição e estreita laços com o apresentador. Como exemplos, ouvir o programa de notícia indo para o trabalho, ou ligar em determinada estação sempre no mesmo horário para acompanhar o estilo musical preferido. Aproximar o meio de comunicação da própria rotina é fundamental para o início da construção das comunidades de afeto.

As repetições, as mesmas frases, os bordões. Ritualização de que o futuro não será diferente do presente, dá ao ouvinte confiança. A repetição de um elemento dentro de uma constelação simbólica dá o ritmo do ritual. Aumenta o esforço do receptor e fomenta sua participação. A programação, calendarizada, gera atos obrigatoriamente repetidos, pois vai ao ar em dias e horários determinados. (NUNES, 1993, p. 34)

Essa relação de afeto estende-se além da figura de quem representa o programa, como o apresentador ou locutor. A sensação de pertencimento atinge também os outros emissores que acompanham a mesma atração. Torna-se uma comunidade imaginada, como definiu Anderson (1989, p.14), “nem mesmo as menos nações jamais conhecerão a maioria de seus patriotas, nem os encontrarão, nem sequer ouvirão falar deles, embora na mente de cada um esteja viva a imagem de sua comunhão.”

A comunidade imaginada pode ficar mais concreta de acordo com as estratégias de interação adotada pelo programa. No caso dos programas de paquera, há quatro interações possíveis. Na JK, Supra FM, Atividade FM e 610 AM, são utilizadas todas as formas de participação abaixo citadas. Na Clube FM, apenas a letra (A) fica disponível.

- a) Perfil – Ouvinte manda uma descrição física com o telefone
- b) Tradução – Ouvinte oferece ao outro a tradução da noite
- c) Recadinhos do amor – Ouvinte envia ao outro uma mensagem amorosa
- d) Participação ao vivo – Ouvinte liga para o estúdio e conversa com o locutor

A comunidade de afeto pode existir em um programa de rádio noticioso, por exemplo, quando um ouvinte alerta para um acidente em uma rodovia, e pede para quem está na mesma estação mudar a rota. Segundo Nunes (2007, p.34), “a repetição de um elemento dentro de uma constelação simbólica engendra o ritual. O simples ato de conectar o aparelho, acionando o rádio quantas vezes quiser, aumenta o esforço do receptor e fomenta sua participação.” Ainda segundo Nunes (2007, p. 128) essas interações com o rádio possibilitam “experiências de evasão da vida cotidiana”.

No caso do programa de paquera, esse afeto é potencializado, pois o ouvinte trata com o locutor de assuntos relacionados à autoestima, solidão, realização de sonhos. A identificação criada do participante com o apresentador e demais ouvintes fica evidente. No dia 15 de janeiro de 2015, o ouvinte Carlos Chagas ligou para os estúdios da Supra FM e conversou com o locutor Bruno Moretti, no comando do *Amor e Amizade*:

- Oi Bruno, boa noite.
- Boa Noite, amigão. O que você manda?
- Dessa vez eu só queria agradecer a você. Eu arranjei uma pessoa muito especial, comecei a namorar com ela. E tudo graças a você.
- Meu coração até derrete desse jeito, é uma alegria imensa para mim ouvir isso.
- Queria falar para o pessoal que ainda não conseguiu para continuar tentando. O programa dá resultado mesmo, é só insistir que sua hora chega.

Além de agradecer ao locutor, Chagas manda um recado para outros ouvintes. Demonstração clara da comunidade de afeto formada entre público e locutor. Prova disso são os convites de casamentos recebidos pelos locutores todos os meses, oferecido pelos ouvintes como forma de gratidão.

Dar voz ao ouvinte é parte essencial do processo radiofônico. Bertolt Brecht atenta para a importância da participação do público para potencializar o sentimento de comunidade do rádio:

É preciso transformar o rádio, convertê-lo de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação. O rádio seria o mais fabuloso meio de comunicação imaginável na vida pública, um fantástico sistema de canalização. Isto é, seria se não somente fosse capaz de emitir, como também de receber; portanto, se conseguisse não apenas se

fazer escutar pelo ouvinte, mas também pôr-se em comunicação com ele.(BRECHT *apud* MEDISTCH, 2005,p. 42)

Os programas de paquera apresentam diferencial para grande parte dos programas radiofônicos na questão da construção de um sentimento de comunidade. Além de participar do programa e interagir com o locutor, os ouvintes também se encontram pessoalmente. Logo, muitos ouvintes chegam a interações pessoais, relacionamentos amorosos, casamentos.

Os ouvintes, por meio de estratégias da produção e de táticas próprias, conseguem se colocar como sujeitos concretos, distintos na massa anônima, criando também suas cadeias e elos de solidariedade e participação. Ou seja, transformando aquela comunidade que se pretende imaginada, em comunidade de afeto, que passa a ter processos efetivos de interação.(CAVALCANTE; DE CASTRO, 2012, p. 17)

Uma vez inseridos nessa rede de afetos criada a partir das ondas radiofônicas, muitas vezes o ouvinte transfere ao programa de paquera a responsabilidade de ser a principal forma de sociabilização. Daniel Gomes, personagem utilizado no livro-reportagem, é gago e sempre teve dificuldades de se relacionar amorosamente. Aos 32 anos, teve o primeiro beijo e a primeira relação sexual, com mulheres encontradas pelo programa *Clube By Night*, da Clube FM. Ele diz ter dependência do programa para conhecer uma parceira:

Sempre fui muito tímido por conta da gagueira, as mulheres pensam que eu estou sempre bêbado, por conta da língua enrolada. Em uma festa, eu não falava com ninguém, só bebia. Virei alcoólatra de tanto fazer isso, bebia todos os dias. A rádio me tirou da solidão, porque é impossível você não ficar com alguém. Vira um vício.

Essa impotência de negar seu envolvimento com os meios de comunicação e delegá-los a tutela de atividades sociais, é tratada pelo conceito de Watzlawick (1967, p. 47): “não se pode não comunicar”.

Segundo Pross (1989, p. 99), “a necessidade de comunicar-se do sujeito converte os meios existentes de comunicação em condições obrigatórias da vida social”. Mas essa relação é uma via de mão-dupla. Por cumprir função mercadológica, a mídia também necessita da atenção do consumidor. Neste caso, o programa de paquera existe devido a uma carência, debilidade emocional dos ouvintes. “As mídias surgem pelo déficit emocional gerado nos sujeitos pela necessidade de participar do rito e pela impossibilidade de não comunicação” (NUNES, 1993, p.36).

Em *Amor líquido*, Zygmunt Bauman aborda a liquidez dos vínculos humanos na sociedade moderna. Para ele, na busca desvairada em busca dos relacionamentos amorosos, há uma necessidade do ser humano criar laços e conexões para sentir-se pleno. Mas esses vínculos, frouxamente atados, fazem o indivíduo buscar uma fonte estável, transmissora de segurança. Para os ouvintes, o rádio certifica essa companhia inabalável.

Homens e mulheres, nossos contemporâneos, desesperados por terem sido abandonados aos seus próprios sentidos e sentimentos facilmente descartáveis,

ansiando pela segurança do convívio e pela mão amiga com que possam contar num momento de aflição, desesperados por relacionar-se (BAUMAN, 2003, p. 3)

“O rádio deixa de ser um meio de entretenimento e passa a ser um espaço de identificação, não somente evocando uma memória comum, mas também produzindo uma experiência profunda de solidariedade” (BARBERO, 2002, p. 286-331).

5.2 O mito no rádio – gerar imagens por ondas sonoras

Na obra *História da vida privada no Brasil*, Nicolai Sevchenko dedica um capítulo para abordar o impacto na sociedade carioca no início do século XX após a apropriação de novos ritmos, o samba, e de tecnologias, o rádio. Sevchenko narra que o rádio assumiu vínculo de intimidade com a população brasileira desde os primeiros contatos. Adquiriu caráter agregador, quando os grandes centros à época começavam a sentir a sensação de uma cidade cheia e relações vazias. O rádio passava a se tornar um ponto de encontro sem endereço, materializado nas ondas eletromagnéticas.

Já por outro lado é fenômeno igualmente notável como essas mesmas pessoas que não conseguem ou não toleram estabelecer comunicação entre si, se entregam uma a uma embevecidas, se o fluxo da comunicação vier, por exemplo, por meio do rádio. Partindo cada um do seu isolamento real, se encontram todos nesse território etéreo, nessa dimensão eletromagnética, nessa voz sem corpo que sussurra suave, vinda de um aparelho elétrico no recanto mais íntimo do lar, repousando sobre uma toalhinha de renda caprichosamente bordada e ecoando no fundo da alma dos ouvintes por toda parte, e todos anônimos. O rádio religa o que a tecnologia havia separado. (SEVCENKO, 1998, p. 584-585)

O rádio revolucionou a sociedade no Rio de Janeiro – e outras cidades do mundo – ao alterar relações sociais, modo de consumo de ritmos e culturas. O fato de, em pouco tempo, ser um meio acessível à população, aumentou o impacto da inserção do rádio no cotidiano. Mesmo assim, entrou na casa dos brasileiros sem causas arrepios. O modo intimista do aparelho ajudou na rápida aceitação e na criação de um mistério em torno da caixa de voz. Sevchenko continua:

Na linguagem popular, ele costuma ser chamado de ‘capelinha’, tanto pelo formato dos rádios com caixa de arco, quanto pelo simbolismo transcendente que ele, literalmente irradiava. Era um modo de remeter a um recôndito familiar das tradições e das memórias, um artefato moderno e de efeito arrebatador. Cada um põe naquela voz aliciante o rosto e o corpo dos seus sonhos. Como o som se transmite pelo espaço, onde quer que se ande pela casa, aquela voz penetrante vai atrás. (SEVCENKO, 1998, p. 586)

Ao dar rosto à voz, começa um estímulo cognitivo, desenvolvimento da imaginação. Sem oferecer a imagem pronta, como na televisão, o rádio convida o ouvinte a criar o próprio mundo, desbravar o inconsciente. A importância da cultura de ouvir mais e ver menos, foi abordada por Joachim-Ernst Behremdt, musicólogo alemão e fundador da emissora

radiofônica SWF, na Alemanha. Na série de programas de rádio “O mundo é Som”, Behremdt defende a necessidade de revigorar o sentido da audição, contra o que ele chama de “culto à visualidade”. Segundo Behremdt, “ouvir é o caminho. Substituir a agressividade do olhar pela receptividade do ouvido será a condição para inaugurarmos um novo tempo” (Do ouvir o mundo – O ouvido é o caminho, Frankfurt am Maim: Network Medien-Cooperative).

Sobre a importância de estimular a audição sobreposta à visão na capacidade de gerar imagens, Norval Baitello Júnior segue a mesma direção:

O ouvir nos permite gerar imagens, nossas próprias imagens, e essas imagens são geradas por nexos, sentidos e não são imagens oferecidas prontas de maneira a cercear a capacidade imaginativa. Imaginação vem de imagem. Mas é a geração de imagens. E esta geração de imagens é provavelmente mais fértil no tempo do ouvir do que no tempo de ver. (BAITELLO Jr., 1999, p. 65)

Nas entrevistas com ouvintes das rádios para a produção de *Boa noite*, *Boa sorte*, ficou clara a consequência do estímulo à criação de imagens e ao devaneio. Luzia Silva, personagem usada na abertura do livro-reportagem, gostava de imaginar as características de cada perfil anunciado pelo locutor:

— Chegou agora o perfil do Lisandro. Ele tem 24 anos, mora em Taguatinga, tem 78 kg, quer uma menina para namoro sério.

— Esse aí deve ser aqueles garotinhos de gel no cabelo, barriga tanquinho, tatuagem, brinco. Acho muito feio essas coisas.

O locutor continua:

— Agora é o Jefferson. Tem 33 anos, ele é negro, um metro e oitenta e três, trabalha como zelador. Quer uma mulher sincera, para um relacionamento sério, sem brincadeiras.

— Tem cara de safado. Certeza que esse aí segura o tranco.

5.3 Rádio e devaneio

Na obra *O direito de sonhar*, o filósofo francês Gaston Bachelard (1985, p. 177) reserva um capítulo para abordar a capacidade do rádio de chegar ao mais íntimo da sensibilidade por meio do som e da audição. O autor afirma que cientistas criaram denominações para delimitar onde vivem e existem terminados conceitos. A biosfera é a camada onde existem os homens, florestas e demais seres vivos. Os idealistas denominaram de noosfera a camada onde habitam os pensamentos. Bachelard nomeia a *logosfera* como local de existência do rádio. *Logos*, em grego, é o verbo, palavra oral e escrita.

Segundo Bachelard, fica o rádio não só responsável por informar ou comunicar. Tem uma função maior, de apresentar a psique humana. Com origem grega, psique é usada descrever a alma ou espírito. E a comunicação criada pelo rádio não é como “as conversas de café, cheias de interferências”, compara Bachelard. Com o rádio, “todos se ouvem e podem se escutar em paz.”

Para buscar a alma, o inconsciente, o autor defende que existe uma hora propícia, quando a fantasia submerge. Como explica Zaremba (1999, p. 22), “Bachelard ergueu os conceitos de homem diurno, que toma a polêmica e a dúvida como métodos de trabalho, e homem noturno, reinventor das fontes de imaginação criadora.”

Para Bachelard, ao anoitecer, o homem pode se entregar para a solidão. Momento dos sonhos e devaneios. “É preciso que haja a hora dos sonhadores, que haja a hora da calma. O rádio é uma realização integral da psique humana, é necessário que encontre a hora e o método que farão se comunicar todos os psiquismos numa filosofia do repouso” (BACHELARD, 1993, p. 178)

Para Nunes (1993, p. 38), a programação musical das rádios se alinha com os conceitos do “homem noturno” de Bachelard.

Os roteiros dos programas de rádio, organizados simbolicamente, aproxima-se À ciclicidade da natureza. Reiteram a oposição claro-escuro. Sujeitam-se ao aparecimento e desaparecimento da lua. Como a programação musical da maioria das emissoras, organizadas em dois turnos: das 6h às 19h, e das 20h às 6h. (NUNES, 1993, p. 38)

De fato, apesar de três dos programas de paquera iniciarem após 22h, as músicas românticas ganham espaço nas cinco rádios analisadas às 20h, após a *Voz do Brasil*. Claro, além da simbologia ligado a elementos naturais, como explicitou Nunes, existem interesses comerciais, como toda mídia está submetida. A audiência também é um fator predominante para manter a programação nestes moldes. Mas ainda segundo Nunes (1993, p. 38), “o ritmo da cultura e da natureza subjazem, inconscientemente, à indústria do entretenimento.”

O locutor Allan Tavares, da JK FM, empiricamente comprova os autores citados. Tavares explicou que um programa de namoro a locução é mais lenta, as músicas mais calmas. Por isso não se adéquam ao período da tarde. Neste horário, o público se encontra mais agitado, e um programa com tanta ênfase no sentimentalismo causaria incômodo.

“Tem tudo a ver com o relógio biológico. De tarde, quem escuta rádio é a empregada doméstica no trabalho, o taxista na adrenalina do trânsito. Precisa de energia. O *Alô amor* fala no silêncio. Um programa desse estilo se não for pela noite será um fracasso de audiência”, esclarece Allan Tavares.

Para chegar a esse inconsciente, Bachelard defende, além da existência do *engenheiro de antena*, a criação do *engenheiro psíquico*. Este seria responsável por “adoçar” as ondas sonoras. Porque “pelo inconsciente que se pode realizar essa solidariedade dos cidadãos da logosfera que possuem os mesmos valores, a mesma vontade de doçura, a mesma vontade de sonho”

Para demonstrar a capacidade do rádio em atingir a profundidade do inconsciente humano, Bachelard atenta para a questão dos arquétipos. “Pode-se convidar o ouvinte a sonhar com um domicílio, com o interior de uma casa. Mas não se trata de uma regressão, de retornar a felicidades esquecidas e sepultadas. Trata-se de mostrar, pouco a pouco, ao ouvinte, a essência do devaneio interior”. A fazer o ouvinte imaginar uma figura conhecida para todos,

como uma casa, cada um terá sua própria percepção. Mas o importante é o exercício da divagação.

Ao contrário de um livro, ou um filme, em que a imagem da casa é oferecida, imposta ao emissor, o rádio estimula o devaneio, com a construção da própria imagem, como abordado no tópico anterior. Ainda segundo Bachelard: “A ausência de um rosto que fala não é uma inferioridade; é uma superioridade; é precisamente o eixo da intimidade, a perspectiva da intimidade que vai se abrir. Um ouvinte é do norte, ou do sul, outro do leste, ou do oeste. Mas cada um deles possui um arquétipo da casa natal”. Mesmo com ouvintes de diferentes culturas, espaços geográficos e percepções, o mais importante é levar “aquilo chamado num livro de a casa onírica, a casa de nossos sonhos”.

A análise de Bachelard descreve exatamente a rotina dos ouvintes dos programas de paquera. O estímulo a sonhar acordado, quando cada ouvinte imaginará o dono de cada perfil de maneira diferente. Quando chega a noite, no próprio silêncio, fica o convite para se entregar aos devaneios. Então, na procura de um grande amor, ele tem a companhia do rádio para buscar esse sonho.

E não é só o próprio silêncio que basta para atingir a psique. O autor detalhe também as condições espaciais necessárias

O rádio está certo de lhe impor solidões. Nem sempre, naturalmente. Não se trata de escutar esse tipo de transmissão numa sala de baile, num salão. É preciso escutá-la,, não digamos numa cabana, isso seria belo demais, mas num quarto, sozinho, à noite, quando se tem o direito e o dever de colocar em si mesmo a calma, o repouso. O rádio possui tudo o que é preciso para falar na solidão. Não necessita de rosto. (BACHELARD, 1993, p. 180)

Sobre os ouvintes que enfim se entregam aos poderes de devaneio do rádio, Bachelard conclui: “O rádio deve anunciar a noite para as almas infelizes. Para as almas pesadas: trata-se de não mais dormir sobre a terra, trata-se de entrar no mundo noturno que você vai escolher.”

5.4 Locutores – o poder da voz

Se o rádio é um veículo capaz de convidar o ouvinte aos devaneios e atingir níveis profundos do inconsciente, em grande parte se deve ao papel do locutor. Ele é a companhia durante toda a madrugada. Ele faz a função definida por Bachelard (1993, p. 178) de engenheiro psíquico, responsável por “adoçar” as ondas sonoras. Com músicas, conselhos, modulações de voz. Cada atitude durante o programa é decisiva para cativar o ouvinte.

Como detentor da palavra oral vai impactar o emissor pode ser definido pelo seu desempenho, ou, como definiu Paul Zumthor (1983, p. 32), pela *performance*.

Entre outros estudos, Zumthor analisou a poética da oralidade. Zumthor (1983, p. 32) definiu a *performance* como “a ação complexa pela qual uma mensagem poética é simultaneamente transmitida e percebida aqui e agora”. Um ato carregado de experiências sensoriais, que gera prazer. É a receptividade do ser humano em relação à voz.

Não há dúvida que a voz constitui no inconsciente humano uma forma arquetípica: imagem primordial e criadora, ao mesmo tempo energia e configuração de traços que predeterminam, ativam, estruturam em cada um de nós suas experiências primeiras, seus sentimentos, seus pensamentos. (ZUMTHOR, 1983, p. 12)

Isso leva Nunes (1993, p. 122) a dizer que “a voz age no corpo do ouvinte”. A performance do locutor é um dos principais fatores para fidelização do público. O carinho e atenção ofertados aos ouvintes, conselhos amorosos, a companhia para enfrentar a solidão. O ritual criado por cada comunicador define a experiência de cada ouvinte.

Em geral, locutores com vozes mais graves tendem a serem escalados para programas noturnos, principalmente de paquera. É uma gama tonal restrita, com menor velocidade de emissão na fala. Carlos Alberto Santos, o Cacá, apresentador do *Clube By Night*, a preferência por esse estilo vocal se explica por questões estilísticas de cada programa. “Uma voz como a minha tem mais espaço de noite, se eu apresentar um programa para jovens, mais acelerado e dinâmico, o público pode estranhar.”

Assim, cada faixa de horário, em geral, abriga um timbre diferente. O público se acostuma com determinado tipo de voz e a tradição tende a continuar. Behlau e Ziemer (1988, p. 75) abordam o mimetismo cultural. Quando ocorre “a incorporação, inconsciente ou não, de padrões de emissão sonora, calcada na seleção de certas qualidades vocais consideradas socialmente positivas.”

Nunes (1993, p. 132) atribui às vozes dos programas noturnos nas rádios uma “estética libidinal”. Este estilo, característico dos apresentadores dos quadros de paquera, “garante entre intérprete e auditor a proximidade erótica, necessária para assegurar o controle do emissor sobre o ato comunicativo”.

Os bordões de Allan Tavares, apresentador do *Alô Amor* servem de exemplo. Ao dizer para o ouvinte “Ei, até meia-noite, não me abandona”, ou “Hoje eu sou o responsável pelo seu coração”. Fica claro que para provocar a proximidade erótica, não é necessário falar de erotismo no ar. A própria voz do locutor se encarrega de provocar sensações no público.

Além de perfis e recados amorosos, a voz dos apresentadores dos programas de paquera é fonte recorrente de elogios. Em geral, as mulheres são responsáveis por dar essa resposta positiva. Quando estive nos estúdios acompanhando os programas, vi aparecer na tela do celular muitas mensagens como “Eu adoro sua voz” e “Fico muito excitada ouvindo seu programa”.

Importante ressaltar que além da atração libidinal desencadeada por uma gama tonal mais grave, a cadência da fala e clareza na transmissão da mensagem também aproximam o ouvinte do locutor. Como explica Behlau e Ziermer (1988, p. 35) “articulação bem definida indica controle da dinâmica fonatória e confere credibilidade ao falante”

E se os engenheiros psíquicos do rádio forem poetas que desejam o bem do homem, a doçura de coração, a alegria de amar, a fidelidade sensual do amor, prepararão boas noites para seus ouvintes (locutores)

A atuação do locutor é fundamental para o sucesso do programa. Toda a rede de relacionamentos e o futuro amoroso dos ouvintes se materializam nas palavras do apresentador. Retomando Bachelard, é possível associar os engenheiros psíquicos com o

papel do locutor do rádio. Afinal, cabe a eles suavizar as ondas sonoras e adocicar a experiência do ouvinte no rádio: “Se os engenheiros psíquicos do rádio forem poetas que desejam o bem do homem, a doçura de coração, a alegria de amar, a fidelidade sensual do amor, prepararão boas noites para seus ouvintes” (BACHELARD, 1993, p. 182)

5.5 Paquera 2.0 – Caso Tinder

O rádio não é o único meio de comunicação que propicia o início de um relacionamento amoroso. Os *smartphones* – celulares modernos com uma série de tecnologias integradas no mesmo aparelho – se tornaram uma poderosa ferramenta para quem busca um novo amor.

E este sucesso pode ser atribuído em grande parte ao *Tinder*, aplicativo de paquera no celular com 130 milhões de usuários no mundo, 12 milhões deles no Brasil, o terceiro país com maior número de clientes do serviço.

Assim funciona o *Tinder*: o usuário cria um perfil com seis fotos e uma pequena descrição sobre gostos pessoais e o que procura no pretendente. Então, por meio do sistema de localização do celular, o aplicativo mostra pessoas em um raio de 21 km com registro no *Tinder*, ou seja, também interessadas em conseguir um parceiro amoroso. É possível alterar outros filtros de busca, como a idade limite do pretendente.

A dinâmica da paquera é simples. O *Tinder* mostra as fotos de uma pessoa. Se você gostar, aperta um botão verde, na parte inferior esquerda da tela. Caso não se interesse, é só descartar o perfil, ao pressionar o botão vermelho no canto inferior direito. Seu perfil também vai aparecer para outras pessoas. Quando dois usuários possuem mútua atração, o aplicativo abre uma sala de bate-papo privada, para marcarem um encontro.

Usuários do *Tinder* relatam a facilidade de encontrar um parceiro em poucos dias. Matheus Dias, 23 anos, morador da Asa Norte, afirma ter conhecido pessoalmente sete mulheres no primeiro mês de uso do aplicativo. “No início eu passava o dia inteiro com o celular na mão, dizia ‘sim’ para foto de todas as mulheres. Ao final do dia pelo menos trinta conversas se abriam”, conta Dias.

Yuri Garcia, amigo de Matheus, reforça o sucesso do *Tinder*. Ele estima ter praticado relações sexuais com mais de 30 meninas em seis meses de uso, mas o número é incerto. “Perdi a conta, de verdade. Já cheguei a marcar com três no mesmo dia. Depois quando não quiser mais, você deleta o número e pronto. É muito prático”.

Na obra *Amor líquido: Sobre a fragilidade das relações humanas*, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman atenta para a liquidez dos relacionamentos na sociedade atual. Para Bauman, as redes virtuais têm um papel fundamental para tornar as relações amorosas descartáveis.

A palavra “rede” sugere momentos nos quais “se está em contato”, intercalados por períodos de movimentação a esmo. Nela, as conexões são estabelecidas e cortadas por escolha. São as “relações virtuais”. Ao contrário dos relacionamentos antiquados, elas parecem feitas sob medida para o líquido cenário da vida moderna, em que se espera que as “possibilidades românticas” surjam e desapareçam numa velocidade crescente e em volume cada vez maior. Relacionamentos que parecem limpos, fáceis de usar e manusear. Sempre se pode apertar a tecla de deletar. (BAUMAN, 2004, p. 11)

Sobre a facilidade de conseguir relacionamentos amorosos e descartá-los com a mesma rapidez, Bauman completa:

Quando se é traído pela qualidade, tenta-se buscar desforra na quantidade. Se os “compromissos são irrelevantes” quando as relações deixam de ser honestas e parece improvável que se sustentem, as pessoas se inclinam a substituir a parceria pelas redes. Feito isso, porém, estabelecer-se fica ainda mais difícil (e adiável) do que antes – pois agora não se tem mais a habilidade do que faz, ou poderia fazer, a coisa funcionar. Estar em movimento, antes um privilégio e uma conquista, torna-se uma necessidade. Manter-se em alta velocidade, antes uma aventura estimulante, vira uma tarefa cansativa. (BAUMAN, 2004, p. 13)

Apesar de efetiva, como os próprios ouvintes atestam, a paquera pelo rádio tem lados negativos. Toda cidade pode ter acesso ao seu número privado de celular. Então, quem participa fica passível de receber chamadas indesejadas e brincadeiras de mau gosto. Há relatos sobre a necessidade de desligar o celular por dias seguidos, devido ao grande número de ligações recebidas, que atrapalham durante o trabalho ou rotina de estudos. Passar horas conversando ao telefone com alguém pode encarecer a conta no final do mês.

O *Tinder* elimina todas essas desvantagens. A privacidade é mantida, pois nenhuma informação pessoal é divulgada. Risco mínimo de encontrar pessoas incômodas, pois o usuário conversa apenas com quem lhe interessou. Não é necessário desligar o celular se o número de pretendentes for muito grande. As atividades do *Tinder* aparecem apenas quando se abre o aplicativo. E com os serviços de internet móvel ou mesmo Wi-Fi, dá para conversar com um número infinito de paqueras sem gastar quantias faraônicas de dinheiro.

Se o *Tinder* se mostra mais prático em todos os sentidos, porque ainda existem usuários que buscam no rádio um relacionamento? Essa era uma das maiores dúvidas da minha pesquisa ao iniciar a apuração. E a resposta demandou muito tempo para ser encontrada.

5.5.1 Celular comum x *Smartphones*

Antes, é preciso entender como se comporta hoje o mercado de venda de celulares. Como o acesso ao *Tinder* só acontece por meio de *smartphones*, faz-se necessário entender o nível de acesso da população a essa tecnologia.

Segundo a IDC, empresa de consultoria para empresas de tecnologia, em 2012, os celulares comuns (*featured phones*) representavam 73% das vendas no Brasil. A venda de *smartphones* superou a de celulares comuns apenas em março de 2013. Desde então, cada pesquisa divulgada pelo IDC confirma a queda livre na venda dos celulares comuns. Se antes o celular inteligente era um produto de nicho, para classes altas, a isenção de impostos concedida pelo governo federal (MP do Bem) a *smartphones* fabricados no Brasil mudou o cenário. Uma versão básica dessa tecnologia sai por R\$ 350, com parcelas a perder de vista no cartão de crédito.

“Fabricantes criaram modelos que atendem algumas especificidades do mercado brasileiro, como ter entrada para dois chips, algo que tem muita demanda por aqui, porque é comum as pessoas terem linhas de diferentes operadoras para economizar na ligação. Tudo

isso fez com que a Classe C comprasse smartphones em peso”, explicou Leonardo Munin, analista da IDC, ao repórter da BBC Brasil Rafael Barifouse*

Hoje, celulares comuns respondem por 9% do mercado, e deverão cair para 7% no próximo ano, segundo a IDC. Ou seja: o celular comum entra em inevitável extinção. Enquanto isso, o *smartphone* permite conexão com internet, assistir a filmes, fugir do trânsito ao voltar para casa, ler livros, escutar músicas, e claro, arranjar um relacionamento de maneira prática.

“Estamos vendo acontecer com o celular o mesmo que ocorreu com o computador há dez anos, quando passamos a considerar que faltava algo essencial em um PC sem conexão à internet. Hoje, um celular mais simples parece ficar muito aquém das possibilidades oferecidas por um *smartphone*”, afirmou Carlos Affonso Souza, diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio de Janeiro (ITS-Rio), em entrevista ao site da BBC Brasil.

Em pesquisa do Google feita pelo instituto Data Popular, 47% dos brasileiros que integram a Classe C já possuem um *smartphone*, e como principal forma de acesso à internet. Cabe lembrar: segundo os locutores e o levantamento realizado para a produção de *Boa noite, boa sorte* aquela classe social integra a maior parte dos participantes de programas de rádio.

5.5.2 Ilustre desconhecido

É impossível precisar razões para o *Tinder* não ser usado pelos usuários dos programas de paquera, mas teorias podem ser elaboradas. Na pesquisa realizada para a produção do livro-reportagem, uma das perguntas era: “Você conhece o *Tinder*?”. Dos 754 entrevistados, a resposta foi negativa para todos. Mostra claro desconhecimento de quem usa os programas de paquera a esta tecnologia recente.

Outro fator a se levar em consideração: a hegemonia dos *smartphones* no mercado é muito recente. A venda de celulares inteligentes ultrapassou a dos *featured phones* apenas em 2013. Cronologicamente, não deu tempo para a população aderir a esta nova tecnologia. O número de celulares antigos na mão do consumidor brasileiro ainda é alto. E o período de apuração do livro-reportagem (segundo semestre de 2014 e início de 2015) coincide com a recente renovação da tecnologia de telefones móveis no Brasil.

Se o acesso aos celulares inteligentes – e ao *Tinder* – ainda não está completamente democratizado, é natural que em áreas mais humildes o aplicativo não seja tão comentado entre a população. Se o rádio tem sua eficácia comprovada, utilizado por vizinhos e parentes, a pessoa vai recorrer a meios já reconhecidos socialmente.

Seguindo a tendência mercadológica, é natural imaginar que aplicativos de namoro fiquem mais populares em todas as camadas sociais. Se o *Tinder* ganhar mais espaço, a paquera no rádio continuará a ter espaço?

A partir daqui, cabem apenas especulações. O tema divide os locutores. Carlos Alberto Santos, da Clube FM, confia no fim dos programas de paquera no rádio. “Não dou mais dez anos para isso aqui continuar. O rádio continua para música e notícia, mas para namoro é inviável continuar”, disse Santos, sobre o próprio quadro que apresenta. De tanta certeza,

*(http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2015/05/150506_celular_comum_smartphone_rb)

Cacá abriu o próprio site de relacionamentos na internet, o www.redenamoro.com.br/. E aponta a plataforma digital como o futuro para unir pessoas em busca de um relacionamento.

Segundo dados do próprio site, em maio de 2015 o [redenamoro.com.br](http://www.redenamoro.com.br/) tinha 191 mil usuários cadastrados. O *Clube By Night* apresentado por Cacá, líder de audiência, recebe em média 500 perfis por noite. *Alô Amor* recebe 35 perfis. O público do rádio se mostra fiel e participante, mas não se compara com a diversidade e o número de clientes dos serviços digitais.

Allan Tavares, locutor da JK FM, é mais otimista com o futuro do namoro radiofônico. “Desacreditam o rádio desde a invenção da televisão. Acho que pode até diminuir, agonizar, mas não morre. Terá espaço para todos”, acredita. “A carência e solidão das pessoas são eternas. Por isso não vai acabar esse programa nunca”, finaliza.

Por questões temporais, este trabalho ainda não é capaz de definir se a paquera no rádio terá fim para dar lugar ao namoro virtual. Mas esta pesquisa pode auxiliar, no futuro, quem se interessar a estudar o assunto.

5.6 Livro-Reportagem

A reportagem é uma forma de aprofundar relatos, olhar com cuidado maior temas que passam despercebidos. Elimina o aspecto efêmero da simples notícia. Preenche o vazio deixado por vezes em jornais e rádios. Segundo Lage (2012), a distância entre reportagem e notícia está na pauta, no projeto do texto que indica de que forma o assunto será abordado. Necessita de maior tempo de apuração e investigação do repórter. Ainda de acordo com Nilson Lage, reportagem pode ser entendida como:

A reportagem visa atender a necessidade de ampliar os fatos para uma dimensão contextual e colocar para o receptor uma compreensão de maior alcance, objetivo melhor atingido na prática da grande-reportagem, que possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto e oferece ao seu autor uma dose ponderável de liberdade para superar os padrões e fórmulas convencionais do tratamento da notícia. (LAGE, 2001, p. 31)

Outro entendimento para o conceito de reportagem é dado por Edvaldo Pereira de Lima:

Entendendo a reportagem como a ampliação da notícia, a horizontalização do relato — no sentido da abordagem extensiva em termos de detalhes — e também sua verticalização — no sentido de aprofundamento da questão em foco, em busca de suas raízes, suas implicações, seus desdobramentos possíveis (LIMA, 2004, p.26)

Assim, o livro-reportagem vai além da informação cotidiana. É uma extensão da própria reportagem. No caso de *Boa noite, boa sorte*, buscou-se entender além do fato de existirem programas de namoro. Fez-se o relato de como se dão as interações entre ouvintes, pesquisa de campo para traçar o perfil socioeconômico dos usuários dos programas de paquera, o relato humanizado das experiências de todos os envolvidos. Verticalização e horizontalidade.

Para Edvaldo Pereira de Lima, o livro-reportagem pode ser assim conceituado:

É o veículo de comunicação impressa não-periódico que apresenta reportagens em grau de amplitude superior ao tratamento costumeiro nos meios de comunicação jornalística periódicos. Esse “grau de amplitude superior” pode ser entendido no sentido de maior ênfase de tratamento ao tema focalizado — quando comparado ao jornal, à revista ou aos meios eletrônicos —, quer no aspecto extensivo, quer no aspecto intensivo, de aprofundamento, seja quanto à combinação desses dois fatores (LIMA, 2004, p. 26)

Assim, o livro-reportagem ocupa, com muita liberdade, os espaços deixados pelo jornalismo diários. Edvaldo Pereira de Lima cita procedimentos que ajudam a captar o assunto de maneira diferente às de entrevistas clássicas e normativas realizadas no cotidiano dos jornais e demais meios de comunicação. Um desses recursos é de “histórias de vida”, que pode aparecer “com a reprodução do diálogo entre o entrevistador e entrevistado – ou como depoimento direto” (LIMA, 2004, p. 115).

Segundo Lima, o livro reportagem usa vários recursos de captação, sendo muito difícil encontrar um título que seja entendido integralmente como “histórias de vida”. Mas, sem dúvidas, foi uma das técnicas mais utilizadas em *Boa noite, boa sorte*. Muitos relatos envolviam a primeira pessoa, na interação com o personagem. A reprodução de diálogos, de como eu me comportei em determinados momentos da entrevista, foram utilizados em larga escala na minha produção literária.

Outro recurso de captação do assunto, citado por Edvaldo Pereira de Lima é a “observação participante”. O método propõe a imersão do jornalista na realidade a ser contada, com mais intensidade e presença. “Mergulho e envolvimento total nos próprios acontecimentos e situações, os jornalistas tentando viver, na pele, as circunstâncias e o clima inerente ao ambiente de seus personagens” (LIMA, 2004, p. 122-3)

Esse recurso teve auge durante o período chamado de *New Journalism*. Como definiu Tom Wolfe, um dos expoentes do gênero:

Consistia no registro dos gestos cotidianos, hábitos, maneiras, costumes, estilos de móveis, vestuários, decoração, estilos de viagem, comida, de cuidar da casa, modos de comportamento para com os filhos, empregados, superiores, inferiores, [...] e outros detalhes simbólicos que pudessem existir numa cena. (WOLF, 1973, p. 26)

Tal conceito explica as partes em primeira pessoa narradas em *Boa noite, boa sorte*, quando me coloco como participante da reportagem.

6. METODOLOGIA

Eram cinco programas objetos de estudo: *Alô Amor*, da JK FM; *Amor e Amizade*, da Supra FM, *Telepaquera* da Atividade FM, *Clube By Night*, da Clube FM e *Alma Gêmea* da 610 AM. Todos com a mesma periodicidade: de segunda a sexta-feira. Os três primeiros começam 22h, com duração até 0h. O *Clube By Night* inicia às 0h e termina 2h. O *Alma Gêmea* é o único durante o dia: 12h-13h. Logo, três deles aconteciam simultaneamente.

O primeiro passo era me familiarizar e ouvir cada detalhe dos cinco programas. Me colocar na posição de ouvinte para entender quais as sensações cada locutor passa, o estilo de cada música, como se sente um apaixonado ao escutar os programas. Para isso, eu usava um laptop, no qual abria em abas diferentes do meu navegador de internet os sites das rádios. Na primeira semana, deitava na cama e ouvia tudo, sem me preocupar com anotações. Isso para sentir o poder do devaneio do rádio, abordado com precisão por Gaston Bachelard (1985).

Com o tempo, passei a entender a estrutura de cada programa. Geralmente, a JK FM e Supra FM tocam três músicas antes de fazer uma pausa para interações com ouvintes. Na Clube FM, esse intervalo chega a cinco músicas. Isso ajudava na hora de calcular quando cada locutor entraria no ar, principalmente para acompanhar os programas que aconteciam juntos.

Quando o locutor anunciava um perfil, eu transcrevia a fala completa. Anotava todos os dados divulgados, inclusive o número de telefone. Colocava também uma numeração antes de cada perfil, para saber quantas pessoas seriam catalogadas ao final da pesquisa. O arquivo no computador em que estão anotados estes contatos tem 76 páginas.

Esperava de três a quatro dias para ligar. Adotei esse processo de maturação quando percebi que as interações entre os ouvintes se estendiam por mais de uma noite. Então, para saber todas as consequências da participação, precisava de um tempo maior de espera.

Então, o desafio era transformar esses números de celulares em personagens e estatísticas. Eu liguei para cada um dos participantes durante os seis meses de programa. Agradeço aos meus pais pela paciência com a minha conta de celular, que chegou a vir seis vezes maior em relação a períodos normais. O roteiro estava pronto quando ouvinte atendia:

— Olá, me chamo Augusto, sou estudante da Universidade de Brasília. Faço um trabalho e a sua ajuda seria muito importante para me ajudar a terminar.

Eu sentia inevitável desconforto com o meu interlocutor. Alguns respondiam prontamente: “Não quero ajudar, moço”, quando pensavam se tratar de pesquisas de opinião. Então, soltava a pergunta crucial:

— É um trabalho sobre programas de paquera das rádios. Eu vi sua participação há alguns dias. Eu queria saber como foi, se deu tudo certo, se consegui encontrar alguém.

Esse era a triagem para desligarem o telefone ou a conversa continuar. A grande maioria dos ouvintes aceitou falar comigo, mesmo breves palavras. Uma surpresa agradável. As perguntas básicas, feitas para todos que me atenderam:

Participa há muito tempo? Já encontrou alguém? Tem pessoas próximas que conseguiram arranjar um parceiro? Por que você escuta? Por que a preferência por essa rádio? Teve experiências ruins? Conhece o aplicativo *Tinder*? Onde trabalha? Como foi a última experiência?

Ao fazer as primeiras perguntas, sentia o futuro da conversa. Para efeito de concretizar a pesquisa, essas perguntas bastavam, todos respondiam. Mas muitos ouvintes eram monossilábicos. Respondiam com “sim” e “não”. Retraídos, com vergonha e com suspeitas de ser algum trote. Quando se participa de programas de rádio, muitos são vítimas de brincadeiras, ligações indesejadas, mensagens ofensivas. Para eles, era bem real a possibilidade minha pesquisa ser uma forma de prejudicá-los.

Aí estava o segundo divisor de águas. Quando a pessoa deixava claro não se sentir à vontade, eu agradecia a atenção e desligava. No arquivo com os contatos, anotava a conversa com cada um, e sinalizava o perfil com um sinal verde, para demonstrar que a apuração com ele estava concluída.

Por outro lado, é evidente quando o ouvinte quer conversar. As perguntas mais simples viravam motivo para respostas com minutos de duração. Por exemplo, o início do diálogo com Jaqueline Dias, 38 anos, moradora no Céu Azul, em 13 de novembro de 2014:

— Já conheceu alguém pelos programas de rádio?

— Meu filho, você não imagina cada cafajeste que me apareceu. Semana passada eu estava com um carinho desse na lanchonete, tomamos uma coca-cola, e ele veio de desculpinhas de que esqueceu dinheiro em casa, para eu pagar o sanduíche dele. Vê se pode...

Quando a conversa engatava, era normal ficar por volta de 15 minutos na linha, para sentir a história da pessoa. Então, quando sentia uma confiança maior do interlocutor em mim, perguntava:

— Olha, eu não sou muito rico para bancar a conta de telefone toda. E imagine para quantos ouvintes eu já liguei. Você toparia me encontrar pessoalmente para conversarmos melhor sobre o assunto?

Era a última fase para a seleção dos personagens de *Boa noite, boa sorte*. Quem topasse, eu anotava o número e a data disponível para encontros. Das 754 ligações, apenas 20 aceitaram se encontrar comigo. Admiro e agradeço a coragem de cada um deles para encontrar um desconhecido para fala da vida amorosa e as desventuras sentimentais passadas.

Mas não quer dizer que as outras conversas não foram proveitosas. Eu ligava semanalmente para alguns ouvintes mais próximos. Perguntava sobre a rotina de encontros, como estava no trabalho. Vários deles não se tornaram protagonistas, mas foram essenciais para me mostrar as dinâmica de relações dos programas de paquera.

Aos poucos, aprendi táticas que me auxiliaram a convencer os ouvintes a dialogar comigo. Quando ligava para homens, eu enchia a voz, a deixava mais grossa. Também usava gírias. Trocava o “como vai?”, por “e aí, beleza?”. Muitos homens heterossexuais se incomodam com as várias ligações que recebem de homossexuais. Demorei a entender o

porquê do alto índice de homens que desligavam a ligação só por eu perguntar o nome. Para manter a pessoa na linha, mudei a abordagem:

— Fala, bicho! Tudo beleza? Seguinte: estou fazendo uma pesquisa, você pode me ajudar muito. Eu anotei aqui uma participação sua nos programas de paquera. E aí? Comeu muita gente? A mulherada caiu em cima?

Quem me deu essa dica foi um ouvinte, quando explicou ter recebido quatro ligações de homossexuais na última noite, e pensou que a minha seria mais uma. Homofobia deles, mas eu tive que entrar no jogo para levar a pesquisa adiante.

Com as mulheres, adotava um jeito afável. Chamava de “querida”, forçava risadas. Parecia ser bem simpático. Em geral, elas se mostravam mais receptivas. Era perceptível a questão da carência quando eu perguntava da possibilidade de nos encontrarmos pessoalmente, e a resposta era: “Acho melhor não, posso me apaixonar por você”. Esse diálogo aconteceu onze vezes.

As entrevistas presenciais se davam em shoppings ou restaurantes da cidade onde a pessoa mora. Surpreendeu-me a abertura dada por cada um deles durante os encontros. Contavam da vida inteira, casos obscuros, grandes decepções. Respondiam sobre questões íntimas, sexuais, traições. Não ouvi, com qualquer um dos personagens, algo como “não quero falar sobre isso”.

Com os ouvintes que conversava pessoalmente, criei um vínculo maior. Voltava na casa de cada um, almoçava com a família. Fui a cultos religiosos com a ouvinte Alessandra Pereira. Restaurantes populares de comida a R\$ 1 real com o personagem Daniel Gomes. Festas voltadas para o público gay com o Frayo França. Tudo para adquirir mais informações dos personagens e montar o perfil mais fiel possível. Cada detalhe da personalidade era decisivo para entender o que levou cada um a procurar um namoro nas rádios.

Para entrevistar os locutores, tive uma liberdade muito grande. As cinco rádios me receberam com toda atenção. Os diretores me deram passe livre para ir aos programas quando quisesse. Os porteiros noturnos de cada rádio já me conheciam. E os locutores satisfeitos com a minha presença, pois geralmente ficam solitários dentro do estúdio. Ter alguém para conversar de madrugada parecia agradável.

Durante a apuração, uma das minhas dúvidas era de, em vez de produzir um livro-reportagem, fazer um documentário ou uma produção de rádio. Mas sentia que o gravador, e principalmente a câmera, intimidava muitos personagens nas entrevistas. Alguns detalhes que eu pude narrar por meio da escrita, seriam muito difíceis de serem registrados com imagens. Não seriam tão naturais. Por se tratar de temas muito íntimos, outros pediam para eu desligar o gravador durante as entrevistas. Para captar toda a essência de cada personagem e buscar os detalhes, optei por continuar com a reportagem escrita. Entendi que traria mais fidelidade ao tema.

O único problema que passei, muitos ouvintes passaram: não comparecerem na entrevista. Dois ouvintes conversavam dias comigo por telefone, marcavam data, horário e local, mas na hora desapareciam. Um deles se chama Márcio Freitas. Ele foi o único personagem deficiente visual que achei. Quando ele “furou” nosso encontro a primeira vez, dei mais uma chance, tamanho meu desejo de torná-lo um personagem da reportagem. Na segunda tentativa não apareceu de novo.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levei nove meses para concluir toda a apuração. Descobrir as histórias por trás dos programas de rádio não foi simples. Demandava tempo e paciência. Para desprezo dos amigos próximos, passei algumas noites nos bares equipado com fone de ouvido para não deixar escapar os perfis. Cheguei a passar um mês inteiro sem conseguir marcar uma entrevista. Batia um desespero às vezes.

Não esperava todas as amizades que fiz ao longo da apuração. Os personagens me acolheram com muito carinho. Muitos convites para almoços, passeios, missas. Ligavam para desabafar, do dia difícil no trabalho. Ou só para perguntar como eu estava. Se eu vi o jogo do Flamengo na noite anterior. Eles queriam me mostrar um pouco do mundo que conheciam. Não há felicidade maior para um repórter que poder contar essas histórias.

Quando narrava para os locutores sobre os ouvintes que encontrei, todos se emocionaram. Pareciam não ter dimensão de toda a diferença que fazem na vida de cada ouvinte. Este trabalho pode fazer diferença também para a vida deles, como encaram a própria profissão.

Paquerar com ajuda do rádio é um realismo fantástico para a maioria dos brasilienses. Muitos não têm ideia da rede de relacionamentos sustentadas pela voz de quatro locutores. Espero mostrar um pouco desse mundo escondido e dar voz a seus personagens.

Difícil prever se os programas de paquera no rádio têm um futuro glorioso pela frente. Com a rapidez na disseminação de novas tecnologias, é certo o aumento na base de usuários do *Tinder* em camadas mais pobres. Pela praticidade, o aplicativo de celular já tomou o espaço como principal santo a quem os solteiros vão se apegar na hora da solidão. Mas não é tudo.

Basta escutar algumas noites de paquera na rádio para entender a intimidade que se cria com cada locutor. O poder das músicas para embalar as noites de sofrimento, a ansiedade antes do anúncio de cada perfil. Como bem observou Bauman na obra *Amor líquido*, se as redes virtuais trazem uma série de facilidades, também trazem uma liquidez, frivolidade inevitável para as relações. Torna-se muito fácil conseguir um momento de prazer, mas a velocidade na troca de parceiros se traduz em falta de laços. É uma balança sentimental ainda não equilibrada.

Então, se o namoro no rádio estiver mesmo fadado aos seus últimos suspiros, este trabalho servirá como retrato dos últimos dias. O livro-reportagem pode ser de grande ajuda para quem quiser, daqui algumas décadas, entender como se articulava esse fenômeno. No futuro, com a presença da imagem cada vez mais presente, será curioso entender como pessoas se apaixonavam ao ouvir apenas a voz do outro.

Mas eu acredito na sobrevivência da paquera no rádio, mesmo cambaleante. Como canta o Agoniza, Mas Não Morre, novato bloco de carnaval brasiliense.

Afinal, podem trancafiar cientistas por anos dentro de laboratórios para criarem a melhor versão do *Tinder*. Ainda será uma máquina, conjunto de *bytes* sem vida. No rádio, arcaico que seja, o ouvinte vai encontrar do outro lado uma voz humana, companhia real para o abandono da noite.

Ficou um aprendizado muito grande para a minha carreira jornalística. A sensibilidade ao lidar com temas delicados, métodos de apuração, desenvolvimento de uma escrita mais refinada. Pude trabalhar, sem limite de linhas e horário de fechamentos dos jornais, três das minhas paixões: rádio, jornalismo e a literatura.

8. BIBLIOGRAFIA

Livros

- BACHELARD, Gaston. **O direito de sonhar**. São Paulo: DIFEL, 1985.
- BAUMAN, Z. **Amor líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BENEDICT, Anderson. **Nação e consciência nacional**. São Paulo: Editora Ática, 1989.
- BRUM, Eliane. **O olho da rua**. São Paulo: Globo Editora, 2008.
- BRECHT, Bertolt. Teoria do Rádio (1927-1932). In: Meditsch, Eduardo (org.). **Teorias do Rádio**. textos e contextos. Florianópolis, Insular, 2005
- DURAND, G. O retorno do mito: introdução à mitologia. Mitos e sociedades. In **Revista Famecos. Mídia, cultura e tecnologia** nº 23. Porto Alegre, Edipucrs, pp: 7-22.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2002.
- MEDITSCH, E. ZUCULOTO, V. **Teorias do Rádio – Textos e Contextos**. Florianópolis: Insular, Volume II, 2008.
- NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica**. São Paulo: Annablume, 1993.
- PAIVA, Raquel. Novas formas de comunitarismo no cenário da visibilidade total: a comunidade do afeto. **MATRIZES**, v. 6, n. 1-2, p. 63-76, 2012.
- PROSS, Harry. **La violencia de los símbolos sociales**. Barcelona: Anthropos, 1989.
- SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. **História da vida privada no Brasil: da Belle Époque à era do rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- WATZLAWICK, Paul. **Pragmática da comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 1967.
- ZAREMBA, L. e BENTES, I. (orgs.). **Rádio Nova, constelações da radiofonia contemporânea 3**. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, Publique, 1999.
- ZUMTHOR, Paul. **Performance, recepção, leitura**. São Paulo: Educ, 2000.
- _____. **A letra e a voz**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- _____. **A palavra e a voz**. **Face. Revista de Simiótica e Comunicação**, vol. 2, nº 2. Entrevista cedida a Philadelfo Menezes, traduzida por Luis Sergio Modesto. São Paulo: Educ, 1989.

Artigos

- BAITELLO Jr., N. A cultura do ouvir in ZAREMBA, L. e BENTES, I. (1999). **Rádio Nova. Constelações da Radiofonia Contemporânea 3**. Rio de Janeiro, UFRJ/ECO, Publique, pp.53-69.

CAVALCANTE, Caroline Luciano; DE CASTRO, Henrique Sérgio Beltrão. A construção de uma “comunidade de afeto” no rádio: o caso do programa Todos Os Sentidos. **Extensão em Ação**, v. 1, n. 2, 2012, p. 13-22.

Filmes

VOU rifar meu coração. Direção: Ana Rieper. Fotografia: Manuel João Águas. Vitrine Filmes, 2011. 76 min, colorido.

Sites

http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2015/05/150506_celular_comum_smartphone_rb

<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,smartphone-supera-celular-comum-em-vendas,152098e>

<http://tecnologia.terra.com.br/celular/vendas-de-smartphone-superam-celular-comum-pela-1-vez-no-brasil,96057a6b626c0410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>

http://www.ibge.gov.br/estadosat/temas.php?sigla=df&tema=pnad_internet_celular_2013