

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA  
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

VANESSA MONTEIRO DA SILVA

**UM AMOR SEM FIM:** interações e afetos entre ouvintes de um programa romântico de rádio em Belém, no Pará

BELÉM  
2020

VANESSA MONTEIRO DA SILVA

**UM AMOR SEM FIM:** interações e afetos entre ouvintes de um programa romântico de rádio em Belém, no Pará

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Linha de Pesquisa: Processos Comunicacionais e Mdiatização na Amazônia

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Netília Silva dos Anjos Seixas

BELÉM  
2020

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD  
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará**

**Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

---

M772a Monteiro da Silva, Vanessa.  
UM AMOR SEM FIM : Interações e afetos entre ouvintes de  
um programa romântico de rádio em Belém, no Pará / Vanessa  
Monteiro da Silva. — 2020.  
151 f. : il. color.

Orientador(a): Prof<sup>a</sup>. Dra. Netília Silva dos Anjos Seixas  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará,  
Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação, Belém, 2020.

1. Rádio. 2. Interação. 3. Afeto. 4. Programa Amor Sem Fim.  
I. Título.

CDD 070.1940981

---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA



ILC  
INSTITUTO  
DE LETRAS  
E COMUNICAÇÃO UFPA

PPGCOM  
Programa de Pós-Graduação  
Comunicação, Cultura e Amazônia-UFPA

## Defesa de Dissertação Ata de Desempenho do(a) Discente

Aos **vinte e quatro dias do mês de março de dois mil e vinte**, às **nove horas**, foi realizada através de **videoconferência** administrada pelo **Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM)** da Universidade Federal do Pará (UFPA), a Defesa de Dissertação de **Vanessa Monteiro da Silva**, cujo trabalho intitula-se: **UM AMOR SEM FIM: interações e afetos entre ouvintes de um programa romântico de rádio em Belém, no Pará**. A Comissão Examinadora, constituída pelos(as) docentes **Netília Silva dos Anjos Seixas (PPGCOM-UFPA)**, **Luciana Miranda Costa (PPGCOM-UFPA)**, **Marcelo Kischinhevsky (NRTV-UFRJ)** e **Nair Prata Moreira Martins (PPGCOM-UFOP)**, emitiu o seguinte parecer:

A banca deliberou pela aprovação do trabalho, destacando sua originalidade e sua relevância para os estudos radiofônicos.

### Resultado final:

- ( x ) Aprovada sem alterações                       ( ) condicionado a pequenas alterações
- ( ) Aprovada mediante reformulação sob a responsabilidade do aluno e do orientador
- ( ) Reprovada

### Outros comentários:

- ( ) Louvor
- ( ) Indicação para publicação

Eu, **Netília Silva dos Anjos Seixas**, orientador(a) e presidente da Comissão, lavrei a presente ata que segue por mim assinada e pelos demais membros da Comissão Examinadora.

*Netília Silva dos Anjos Seixas*

Prof. Dra. Netília Silva dos Anjos Seixas (Orientadora - PPGCOM-UFPA)

*Luciana*

Prof. Dra. Luciana Miranda Costa (Examinadora interna - PPGCOM-UFPA)

*Marcelo Kischinhevsky*

Prof. Dr. Marcelo Kischinhevsky (Examinador externo - NRTV-UFRJ)

*Nair Prata*

Prof. Dra. Nair Prata Moreira Martins (Examinadora externa - PPGCOM-UFOP)

À Conceição,

Minha primeira interação. E o melhor  
aprendizado diário sobre afeto.

## AGRADECIMENTOS

O mestrado era daqueles planos que eu ia adiando, adiando. Até que um dia a necessidade bateu à porta e me levou de volta aos caminhos do Guamá, depois de dez anos. Foi então que eu, que nunca fui muito acadêmica, me vi aprendendo sobre lattes, escrevendo artigos, lembrando o nome dos teóricos. O improvável parecia estar acontecendo: eu estava gostando. Logo eu, que não era organizada o suficiente, não era séria ou pontual o suficiente, não conhecia as teorias o suficiente, não me encaixava o suficiente... logo eu, me vi tentando.

Mas para isso ocorrer tive muita gente segurando minha mão, meus pés, me segurando pelos cabelos se preciso fosse, ou me fazendo um cafuné quando a cabeça doía e a mente cansava. Escrever os agradecimentos, agora que o trabalho está finalizado, é lembrar de todas essas pessoas. E se deixar desaguar um pouco.

Agradecer é um verbo bonito, e quando conjugado parece trazer uma potência, uma força, uma energia que reverbera. E meu primeiro agradecimento, assim como meu primeiro pedaço de bolo, minhas orações, meu abraço matinal e meu primeiro pensamento, é para minha mãe. Só nós duas sabemos o que tudo isso significa, não é? só nós duas. Obrigada por cuidar de nós, sempre. Sou porque você é.

Obrigada à minha avó, que não entende exatamente o que se tornar mestra significa, mas que rezou e torceu para eu conseguir vencer todas essas etapas. Se eu escrevo do jeito que escrevo, é para que ela consiga me ler. Se eu não me tornar compreensível a pessoas como ela, minha escrita não faz sentido. Obrigada à minha tia e ao meu avô, onde quer que estejam, sei que torcem por mim.

Minhas orações a essa energia forte e acolhedora que conhecemos como Deus, e também à Naza, à Ogum, São Jorge, e a todos os encantados que habitam nossas tradições. A crença traz conforto em dias de dificuldade. Agradeço por me ajudarem a vencer as demandas.

Obrigada à família que escolhi, meus amigos, a Diana por sempre me dar a paz que eu preciso, ao Herôn por me tirar a paz quando eu preciso, à Michelle e à Soraya por serem acolhedoras nos momentos mais importantes. À Thainá, que durante um lanche de pastel com rúcula, disse que minha pesquisa era possível sim, e que eu deveria tentar. Obrigada por sempre estar tão perto, mesmo à quilômetro de distância. Também preciso agradecer à Maíra, pois sem suas revisões e sugestões, eu não teria nem me inscrito na seleção do mestrado, e por isso serei sempre grata. Obrigada à Mayra, Bárbara, Thaís e ao Rodrigo, por me conseguirem contatos preciosos. Agradeço ao Tarcízio, pelas carinhosas palavras de incentivo e pela disponibilidade em procurar *pdfs* comigo.

Obrigada aos meus ronrons, por sempre grudarem em mim quando achavam que eu estava triste ou nervosa, e sempre acertavam. Gatos não sabem ler (ou fingem não saber), mas são muito atentos a variações de humor.

Obrigada a um amor que chegou de mansinho, e com café da manhã e cafuné ajudou a deixar os dias mais suaves. A universidade nos traz afetos de diferentes maneiras.

Durante essa pesquisa tive uma duplinha do barulho que me ajudava a sobreviver a altas confusões, a Marri. Desde falar ao vivo na rádio a recuperar minhas gravações perdidas, ela estava comigo. Eu sei que nesse espaço não deveríamos fazer propaganda, mas...ah, todo mundo deveria ter a sorte de ter uma Marri por perto. Obrigada, minha amiga. Eu nem sei se sou capaz de retribuir tanto afeto.

Aos meus colegas do mestrado, que deixaram tudo mais leve e divertido: Laís, Suzana, Elson, Gércika, Manu, Adriana, Kelvin. Espero que a energia positiva das nossas risadas tenha se fixado nas paredes do PPGCom e sempre alcancem os que entram, recebendo-os como um abraço. O percurso acadêmico pode ser muito pesado e desgastante se não houver quem nos lembre de sorrir.

Obrigada às professoras Rosaly, Alda e Elaide, por ensinarem que a pesquisa é tão importante quanto a empatia e a compreensão. Cada um de nós é um livro, e alguns professores sabem nos ler bem.

Obrigada à gestão da Ufra, por me permitir usufruir do período de licença de forma tranquila e sem entraves. Obrigada aos colegas de trabalho, que “seguraram as pontas” para que eu pudesse me ausentar totalmente, mesmo diante de tanto trabalho. Aproveito para agradecer ao Moacir, meu ex-chefe, por sempre incentivar que eu fizesse mestrado. Obrigada, chefe!

Obrigada ao radialista Aelson Silva e à produção do programa Amor Sem Fim, por me receberem de forma amistosa, me fazendo compreender que para fazer um programa romântico é preciso, sobretudo, ser amoroso com as pessoas que o cercam. Obrigada aos ouvintes do grupo Amigos do Aelson, especialmente aos que me deram entrevista, porque afinal, qual a probabilidade de alguém sair de casa para falar sobre sua vida pessoal a alguém que nem conhece? Pois eles se dispuseram. E me lembraram que o afeto está nas pequenas coisas e na disposição de ajudar, ainda que seja a uma desconhecida.

Obrigada à minha orientadora, Netília Silva dos Anjos Seixas, por acreditar na pesquisa, e acreditar, sobretudo, em mim. Às vezes ao longo do percurso a gente esquece disso, é bom ter quem nos lembre.

Obrigada à minha banca, tão potente e à princípio tão assustadora, mas que se mostrou gentil e generosa, com sugestões certeiras: professor Marcelo Kischinhevsky, pelas palavras de

incentivo e cujo livro marquei quase todos os parágrafos e de quem já escrevo o nome sem ir ao Google; professora Nair Prata, cujo leitura de um artigo ainda na graduação me motivou a querer pesquisar rádio; e professora Luciana Miranda, inspiradora pela coragem de pesquisar rádio e Amazônia, e que tem a melhor correção ortográfica que eu conheço, e de quem já peço desculpas antecipadamente pelas vírgulas erradas. Espero que a leitura dessa pesquisa tenha lhes acrescentado tanto quanto o trabalho de vocês me acrescenta.

Obrigada ao PPGCom, por ter aceitado a pesquisa, e por se manter firme diante de tantas ameaças à sua continuidade. A educação é emancipadora, e a universidade pública não pode deixar de existir.

Obrigada também a todos que não mencionei aqui, mas que contribuíram nessa jornada, seja com lanche, cafuné, memes ou com uma palavra amiga em momentos precisos.

Obrigada a todos, de verdade. Foi um percurso cheio de afeto.

## Dueto<sup>1</sup>

Consta nos astros, nos signos, nos búzios  
Eu li num anúncio, eu vi no espelho, tá lá no evangelho, garantem os  
orixás  
Serás o meu amor, serás a minha paz  
Consta nos autos, nas bulas, nos dogmas  
Eu fiz uma tese, eu li num tratado, está computado nos dados oficiais  
Serás o meu amor, serás a minha paz  
Mas se a ciência provar o contrário, e se o calendário nos contrariar  
Mas se o destino insistir em nos separar  
Danem-se os astros, os autos, os signos, os dogmas  
Os búzios, as bulas, anúncios, tratados, ciganas, projetos  
Profetas, sinopses, espelhos, conselhos  
Se dane o evangelho e todos os orixás  
Serás o meu amor, serás a minha paz  
Consta na pauta, no Karma, na carne, passou na novela  
Está no seguro, pixaram no muro, mandei fazer um cartaz  
Serás o meu amor, serás a minha paz  
Mas se a ciência provar o contrário, e se o calendário nos contrariar  
Mas se o destino insistir em nos separar  
Danem-se os astros, os autos, os signos, os dogmas  
Os búzios, as bulas, anúncios, tratados, ciganas, projetos  
Profetas, sinopses, espelhos, conselhos  
Se dane o evangelho e todos os orixás  
Serás o meu amor, serás amor a minha paz  
Consta nos mapas, nos lábios, nos lápis  
**Consta nos Google<sup>2</sup>, no Twitter<sup>3</sup>, no face<sup>4</sup>**  
**No Tinder<sup>5</sup>, no WhatsApp<sup>6</sup>, no Instagram<sup>7</sup>**  
**No email<sup>8</sup>, no Snapchat<sup>9</sup>, no Orkut<sup>10</sup>, no Telegram<sup>11</sup>**  
**No Skype<sup>12</sup>**  
**Ah!**  
(BUARQUE, 2017, grifos nossos)

---

<sup>1</sup> Composição do cantor brasileiro Chico Buarque, feita em 1980. Em 2017, o artista lançou o disco *Caravanas*, incluindo uma atualização para a canção, gravada em parceria com a neta, Clara Buarque. A nova versão adiciona uma última estrofe, com versos improvisados que incluem aplicativos de relacionamento virtuais e novas formas de interação pela internet.

<sup>2</sup> Aplicativo de buscas na internet.

<sup>3</sup> Rede social virtual servidor para *microblogging*

<sup>4</sup> *Facebook* é uma rede social virtual.

<sup>5</sup> Aplicativo para encontros.

<sup>6</sup> Aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas em formato de texto, áudio e vídeo.

<sup>7</sup> Rede social virtual para compartilhamento de fotos e vídeos.

<sup>8</sup> Correio eletrônico.

<sup>9</sup> Plataforma que permite o compartilhamento de mensagens, vídeos e fotos por apenas 24h.

<sup>10</sup> Foi uma rede social desativada em 2014.

<sup>11</sup> Aplicativo para troca de mensagens, concorrente do *WhatsApp*.

<sup>12</sup> Software que permite chamadas de áudio e vídeo online, e troca de mensagens de chat.

## RESUMO

O objetivo desta pesquisa é compreender a dinâmica de interações em grupo de *WhatsApp* que leva à construção de vínculos afetivos entre ouvintes e programas de rádio, a partir do estudo do programa Amor Sem Fim. O programa é transmitido desde 1993 pela rádio 99FM, em Belém, no Pará. O Amor Sem Fim se propõe a embalar “os corações apaixonados” e, mais do que apresentar uma produção musical romântica, também faz as vezes de correio amoroso entre seus ouvintes. Por meio de um quadro chamado Clube da Amizade, os ouvintes têm a chance de se conhecer, e, a partir daí, desenvolver (ou não) algum tipo de relação. Em todo esse tempo de duração, vários casais já se formaram por intermédio do programa, e o Amor Sem Fim continua desempenhando seu papel de cupido. Desde 2014, o programa passou a ter uma nova forma para interação com o ouvinte: o *WhatsApp*. Sem ter mais espaço para falar ao vivo durante o Amor Sem Fim, a inclusão do aplicativo como forma de participação na rádio fez com que os ouvintes avançassem em suas formas de interação, criando grupos de *WhatsApp* formados somente por pessoas que gostam de ouvir o programa. Com isso, eles passaram a interagir independente do horário de transmissão do Amor Sem Fim e da mediação do Clube da Amizade. Um desses grupos é o “Amigos do Aelson”, cujas interações saíram do campo virtual e foram para o presencial, com os ouvintes promovendo encontros em *shoppings*, clubes e restaurantes. Com essa interação, os integrantes do grupo acabam por estabelecer laços, que vão de amizades a romances. Este estudo se propõe a ter uma concepção relacional (FRANÇA, 2016; SODRÉ, 2006), tendo como teorias norteadoras os estudos das interações (LEMONS, 1997; THOMPSON, 1998, 2018; PRIMO, 2007) e das relações de afeto estabelecidas entre ouvintes (RECUERO, 2005, 2009; RUDIGER, 2013; GRISA, 2003). Para isso, é necessário compreender as especificidades do meio rádio, desde os estudos clássicos (LOPES, 1988; BACHELARD, 2005; MCLEISH, 2001), até a atualidade, com suas novas características e transformações (KISCHINHEVSKY, 2007, 2016; PRATA, 2002, 2008; QUADROS, 2003, 2017). Para alcançar o objetivo desta pesquisa, a metodologia adotada seguiu uma abordagem qualitativa, com a utilização de técnicas como a realização de entrevistas, anotações de campo, observação participante e pesquisa documental. A partir dos dados obtidos e da teoria consultada, a análise dos dados mostrou que o ouvinte apresenta diversas formas de interação, confia na amizade com o locutor, cria vínculos afetivos no grupo e percebe o programa como laço que une todos eles.

**Palavras-chave:** Rádio. Interação. Afeto. Programa Amor Sem Fim.

## ABSTRACT

The objective of this research is to understand the dynamics of *WhatsApp* group interactions that lead to the construction of affective bonds between listeners and radio programs, based on the Amor Sem Fim radio program. The program has been broadcast since 1993 on the 99FM radio, in Belém, Pará. Amor Sem Fim proposes to pack “the hearts in love” and, more than presenting a romantic musical production, it also serves as loving mail among its listeners. Through a board called Clube da Amizade, listeners have the chance to get to know each other, and, from there, develop (or not) some kind of relationship. Throughout this duration, several couples have already graduated through the program, and Amor Sem Fim continues to play its role as cupid. Since 2014, the program has had a new way to interact with the listener: *WhatsApp*. Without having more space to talk live during Amor Sem Fim, the inclusion of the app as a form of participation on the radio made listeners advance in their forms of interaction, creating *WhatsApp* groups formed only by people who like to listen to the program. With that, they started to interact independently of the transmission time of Amor Sem Fim and the mediation by Clube da Amizade. One of these groups is Amigos do Aelson, whose interactions left the virtual field and went to the face-to-face, with listeners promoting meetings in malls, clubs, and restaurants. With this interaction, the members of the group end up establishing ties, ranging from friendships to romances. This study proposes to have a relational conception (FRANÇA, 2016; SODRÉ, 2006), having as the guiding theories the studies of interactions (LEMOS, 1997; THOMPSON, 1998, 2018; PRIMO, 2007) and the relationships of affection established between listeners (RECUERO, 2005; 2009; RUDIGER, 2013; GRISA, 2003). For this, it is necessary to understand the specifics of the radio medium, from classic studies (LOPES, 1988; BACHELARD, 2005; MCLEISH, 2001), to the present, with its new characteristics and transformations (KISCHINHEVSKY, 2007, 2016; SILVER, 2002, 2008; QUADROS, 2003, 2017). To achieve the objective of this research, the methodology adopted followed a qualitative approach, with the use of techniques such as interviews, field diary, participant observation, and documentary research. Based on the data obtained and the theory consulted, the data analysis showed that the listener presents different forms of interaction, trusts friendship with the speaker, creates affective bonds in the group and perceives the program as a bond that unites them all.

**Keywords:** Radio. Interaction. Affections. Amor Sem Fim program.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Print</i> de um <i>post</i> na <i>fanpage</i> do <i>Love Song</i> , da Nativa FM. ....	46
Figura 2 - Matéria anunciando lançamento do CD do programa Amor Sem Fim.....	55
Figura 3 – Anúncio para o Dia dos Namorados.....	56
Figura 4 – Emojis do Amor Sem Fim .....	78
Figura 5 – Biscuit representando os administradores e o locutor.....	90

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Programação semanal da rádio 99FM (agosto de 2019).....	50
Quadro 2 – Categorias, subcategorias, unidades de registro e critérios para análise de conteúdo sonoro .....	69
Quadro 3 – Categorias, subcategorias, unidades de registro e critérios para análise de conteúdo sonoro (adaptado para a rádio 99FM) .....	70
Quadro 4 – Tipos de interação e participação do ouvinte em cenário de convergência.....	74
Quadro 5 - Lista de regras criadas pelos administradores do grupo Amigos do Aelson.....	76

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>2 PERCURSOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>20</b>
<b>3 AFETO E INTERAÇÃO: UMA ABORDAGEM RELACIONAL NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO.....</b>	<b>28</b>
<b>3.1 O amor na mídia.....</b>	<b>34</b>
<b>3.2 É na escuta que o amor começa.....</b>	<b>37</b>
<b>3.3 Uma frequência amorosa: breve mapeamento dos programas românticos de rádio no Brasil.....</b>	<b>42</b>
<b>3.4 O amor que nasce com a Rádio 99FM.....</b>	<b>48</b>
<b>4 NO AR: AMOR SEM FIM. “PRA VOCÊ SE APAIXONAR” .....</b>	<b>53</b>
<b>4.1 Clube da Amizade.....</b>	<b>57</b>
4.1.1 O encontro de um amor pelo rádio .....	60
<b>4.2 A secretária .....</b>	<b>61</b>
<b>4.3 O locutor.....</b>	<b>63</b>
4.3.1 “Vem curtir Barriery Ramon” .....	64
4.3.2 “O seu amigo, Aelson Silva” .....	66
<b>4.4. Amor além dos hertz .....</b>	<b>68</b>
<b>4.5 Mais que ouvintes – os “amigos do Aelson” .....</b>	<b>75</b>
<b>5 UM OUVINTE ME DISSE – ENCONTROS E DESENCONTROS. UMA ANÁLISE A PARTIR DA OBSERVAÇÃO E DAS ENTREVISTAS COM OUVINTES.....</b>	<b>80</b>
<b>5.1 “Bem vinda ao grupo” – a experiência da observação.....</b>	<b>81</b>
5.1.1 Cotidiano (receitas, trânsito, notícias, acontecimentos) .....	82
5.1.2 Assuntos particulares (filhos, falecimentos, doenças, acidentes, crenças).....	82
5.1.3 Romance (flertes, desabafos, insinuações) .....	84
5.1.4 O programa (músicas, locutor, recados).....	85
5.1.5 Memória (família, lembranças de assuntos vividos pelos participantes) .....	86
5.1.6 Conflitos (discussões, desentendimentos) .....	88
5.1.7 Datas comemorativas (aniversários, Natal, Dia das Mães) .....	89
<b>5.2 Anotações de campo – a experiência do encontro .....</b>	<b>89</b>
<b>5.3 Relatos – a experiência da escuta .....</b>	<b>94</b>
5.3.1 Helena.....	95
5.3.2 Teresa.....	96
5.3.3 Luan.....	97

5.3.4 Ricardo .....	98
5.3.5 Sérgio.....	99
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>108</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>113</b>
<b>APÊNDICE 01 – TRANSCRIÇÃO DE DEPOIMENTOS DOS OUVINTES .....</b>	<b>121</b>
<b>APÊNDICE 02 – TCLE (TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO) ..</b>	<b>131</b>
<b>APÊNDICE 03 – ESTRUTURA DO PROGRAMA .....</b>	<b>133</b>

## 1 INTRODUÇÃO

“Se não fosse o rádio eu não o teria conhecido”. É assim que Regina define a importância do veículo para a relação que tem com o atual marido, o Jorge. Casados desde 2016, foi a partir de um programa de rádio que eles se conheceram. Ela, solteira há meses, se cadastrou em um quadro voltado para a promoção de encontros. Jorge, também solteiro, se interessou pelo que ouviu sobre ela durante a transmissão ao vivo e entrou em contato com a rádio para conseguir o telefone de Regina. O responsável pelo empurrãozinho? O programa de rádio Amor Sem Fim.

Essa é apenas uma das histórias presentes no *currículum* do programa, transmitido desde 1993 pela rádio 99 FM, em Belém, no Pará. O programa, que tem a proposta de oferecer uma seleção musical romântica “para corações apaixonados”<sup>13</sup>, também facilita o contato entre ouvintes que queiram se conhecer. Durante todos esses anos de existência, vários relacionamentos já foram feitos (e desfeitos), tendo o Amor Sem Fim como cupido. Em entrevista à autora deste trabalho, um dos ex-locutores<sup>14</sup> do programa revelou que, na época em que esteve no comando do Amor Sem Fim, foi padrinho de casamento de 16 casais, todos formados por ouvintes do programa.

O Amor Sem Fim vai ao ar de domingo a quinta-feira, sendo que aos domingos há uma edição diferente do programa, chamada Amor Sem Fim Especial de Domingo, sem a participação do locutor, somente com programação musical e transmissão das 20h às 00h. Já durante a semana, de segunda a quinta-feira, das 22h à 1h da manhã, o programa é comandado pelo radialista Aelson Silva. O programa semanal se divide em blocos com canções românticas nacionais e internacionais, tradução de músicas, recados dos ouvintes e um quadro chamado Clube da Amizade, destinado a facilitar encontros entre os ouvintes do programa.

Com tanto tempo no ar, o programa passou por algumas transformações, a principal delas em 2014, quando retirou a participação ao vivo do ouvinte e passou a incluir o *WhatsApp*<sup>15</sup> como ferramenta de interação com o programa. Se antes alguns ouvintes que telefonavam para a rádio conseguiam conversar ao vivo com o apresentador, hoje em dia esse contato é feito via aplicativo. Isso fez com que os ouvintes do programa também se adaptassem às mudanças, e de forma independente buscaram novas formas de interação. Os ouvintes então criaram grupos no

---

<sup>13</sup> Uma das vinhetas do programa.

<sup>14</sup> RAMON, Barriery. Barriery Ramon: depoimento [ 08 de abril 2019] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 37 min.

<sup>15</sup> O *WhatsApp* é um aplicativo de mensagens instantâneas que também possibilita o envio e recebimento de diversos arquivos de mídia: fotos, vídeos, documentos e localização, além de textos e chamadas de voz. As mensagens e chamadas estão protegidas com a criptografia, o que significa que terceiros não podem lê-las nem ouvi-las (*WHATSAPP*, s.d.).

*WhatsApp*, reunindo pessoas que gostam de escutar o programa. Nesses grupos, os ouvintes interagem independente do horário de transmissão do Amor Sem Fim e além de compartilharem impressões sobre o programa, também criam vínculos, fazem amizades, desenvolvem relacionamentos amorosos, compartilham fotos, áudios e experiências cotidianas, estabelecendo relações que saíram do ambiente virtual e passaram para o presencial, inclusive com a promoção de encontros comemorativos entre os participantes, que se reúnem em shoppings, clubes e pizzarias. Todos esses desdobramentos foram notados no decorrer de pesquisa exploratória, após a submissão do projeto inicial ao Programa de Pós-Graduação Comunicação e Cultura e Amazônia.

O interesse para esta pesquisa surgiu lá atrás, em 2007, quando o Amor Sem Fim foi tema do meu trabalho de conclusão de curso (SILVA, 2008). Como ouvinte de rádio, me chamava atenção o fato de muitas pessoas procurarem um programa de rádio para encontrar um relacionamento. Na época já havia as chamadas “salas de bate papo”, *sites* para promoção de encontros e o *Messenger*<sup>16</sup>. Ou seja, já existiam alternativas virtuais para encontros. Ainda assim, todas as noites em que eu, porventura, escutava o Amor Sem Fim, sempre havia pessoas dispostas a conhecer alguém por intermédio do programa. Isso me instigou a pensar em vários “porquês”, e a buscar algumas respostas, na época.

Treze anos depois, os porquês de 2007 se transformaram e se intensificaram e, com eles, foram pensadas algumas das questões de partida desta pesquisa. Afinal, ainda hoje os ouvintes continuam percebendo o Amor Sem Fim como alternativa para buscar relacionamentos amorosos? O programa incentiva esses encontros? Como se estabelecem as interações tanto entre o ouvinte/programa, quanto entre ouvinte/ouvinte? Essas interações resultam na formação de vínculos e relações de afeto?

Por isso, o objetivo desta pesquisa é compreender a dinâmica de interações em grupo de *WhatsApp* que leva à construção de vínculos afetivos entre ouvintes e programas de rádio, a partir do estudo do programa Amor Sem Fim. Com isso, a questão problema do trabalho é: De que maneira a dinâmica de interações em grupo de *WhatsApp* leva à construção de vínculos afetivos entre ouvintes e programas de rádio?

Para buscar essas respostas, a investigação segue uma abordagem qualitativa, com um percurso metodológico que se detalhará mais à frente. A pesquisa é desenvolvida a partir de uma

---

<sup>16</sup> Serviço de mensagens instantâneas da Microsoft, criado em julho de 1999. Ao longo dos anos passou por várias atualizações, que incluíam desde compartilhamento de fotos e vídeos, até criação de grupos, videoconferência, *wikis*, *status*, buscar contatos, dentre outros. Em 2014 foi cedido ao *Facebook*, e passou a ser *Facebook Messenger* (MESSENGER, s.d.).

concepção relacional (FRANÇA, 2016; SODRÉ, 2006), das interações (LE MOS, 1997; THOMPSON, 1998, 2018; PRIMO, 2007,) e das relações de afeto estabelecidas entre ouvintes do programa de rádio Amor Sem Fim. Para isso é necessário compreender esse processo a partir do meio rádio, seus estudos clássicos e como ele se apresenta na atualidade, suas características e transformações (BACHELARD, 2005; KISCHINHEVSKY, 2007, 2016).

Da pesquisa do TCC, em 2007, para cá, muita coisa mudou. A internet representa um total de usuários de 69,8% da população brasileira com 10 anos ou mais, segundo o último levantamento feito pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>17</sup>. O acesso pelo celular se popularizou e, de acordo com a pesquisa, é responsável por 98% dos acessos à rede. E o principal uso que os entrevistados da pesquisa fazem desse acesso é para enviar mensagens de texto, voz ou imagens por aplicativos de mídias sociais, como *Facebook*, *Instagram* e *WhatsApp*.

A 30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas, divulgada em 2019 pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP), detectou que há 230 milhões de celulares *smarthphone* ativos no Brasil. Houve um aumento de 10 milhões no número de *smartphones* ativos em relação a 2018.

Além de aplicativos de mensagens e vídeos, na internet também é possível encontrar aplicativos para pedir alimentos com entrega em domicílio, aplicativo para solicitar transporte, lembrar o ciclo menstrual, trocar os móveis da casa, auxiliar pessoas com deficiência, traduzir textos de outros idiomas, formatar a ABNT. Há até aplicativo para calcular quando tempo se gasta no dia usando o celular. E entre os aplicativos também há os específicos para promover encontros, uma seleção que inclui desde aplicativos por gênero, atributos físicos e renda, até gostos musicais, prática de esportes e religião.

Os aplicativos de encontros/namoro/paquera mais conhecidos são o *Tinder*<sup>18</sup> e o *Grindr*<sup>19</sup>, porém há outros com recortes particulares para quem tem interesses específicos. O *Luxy* combina somente pessoas com renda acima de \$200 mil por ano. O *Stitch* se destina a aproximar pessoas que estão na terceira idade. Enquanto o *Joinder.me* se propõe a unir usuários com mapa astral compatível. A aposta do *NerdSpeel* é reunir somente aqueles que gostam e se identificam com a cultura *nerd* (neste aplicativo, para que o usuário possa conhecer alguém, antes é necessário

---

<sup>17</sup> Dados divulgados em dezembro de 2018 e tendo como base o ano de 2017 (IBGE, 2018).

<sup>18</sup> Aplicativo de relacionamento com geolocalização. O usuário desliza para a direita caso tenha se interessado pelo perfil mostrado na tela, e desliza para a esquerda caso não tenha interesse. “Quando alguém curte você de volta, Deu Match! Criamos o processo de dupla confirmação, por isso, o Match só acontece quando há interesse mútuo. Sem estresse. Sem rejeição” (TINDER, s.d).

<sup>19</sup> Aplicativo de relacionamento “para gays, bi e trans se conectarem” (GRINDR, s.d).

participar de um jogo). O *AirDates/ Buckleup* é feito para promover o encontro entre viajantes, e funciona com o *wifi* ou apenas por *bluetooth*, o que facilita o encontro até mesmo dentro de um avião que já decolou. Na página do Google *Play*<sup>20</sup> foi criada uma categoria, chamada “Encontros”, em que estão listados todos os aplicativos de relacionamento disponíveis para serem baixados no celular, tanto de forma gratuita quanto paga.

Tantas opções e tanto tempo *online* fez com que as pessoas se tornassem cada vez mais conectadas, e a possibilidade de também gerenciar, pelas mídias sociais, a vida amorosa, acaba sendo uma alternativa. Esse momento, chamado por Jenkins (2009, p. 45) de convergência, traz profundas transformações, tanto técnicas e mercadológicas, quanto culturais e sociais, que também passam a ser mediadas por tecnologias digitais:

A convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias. Entretenimento não é a única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia. Nossa vida, nossos relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem pelos canais de mídia. (JENKINS, 2009, p. 45).

A diminuição de possibilidades de encontros na cidade teria feito com que o ciberespaço se voltasse ao surgimento desse tipo de opção para encontros, os encontros virtuais, como destaca Rheingold (*apud* CALAZANS; LIMA, 2013, p. 08): “podemos conhecer uma pessoa e decidir posteriormente encontrar-se com ela pessoalmente”.

Bauman (2004), quando escreveu o livro “Amor líquido”, trouxe uma reflexão sobre esses relacionamentos, comparando-os à fluidez da água. Para o pesquisador, a sociedade atual vive um tempo em que nada é feito para durar, para ser sólido. E o que se busca é quantidade, ao invés de qualidade, benefícios ao invés de desconforto. As mídias sociais seriam um exemplo desse momento, tornando o homem quase incapaz de estabelecer relações humanas com quem lhes é diferente, pois o mundo virtual seleciona e organiza somente os iguais.

Em entrevista concedida em 2016 a Ricardo Querol, repórter do jornal *El País*, o filósofo foi ainda mais enfático, e disse que as mídias sociais são uma armadilha moderna.

É possível adicionar e deletar amigos, e controlar as pessoas com quem você se relaciona. Isso faz com que os indivíduos se sintam um pouco melhor, porque a solidão é a grande ameaça nesses tempos individualistas. Mas, nas redes, é tão fácil adicionar e deletar amigos que as habilidades sociais não são necessárias. Elas são desenvolvidas na rua, ou no trabalho, ao encontrar gente com quem se precisa ter uma interação razoável. Aí você tem que enfrentar as dificuldades, se envolver em um diálogo. [...] As redes sociais não ensinam a dialogar porque é muito fácil evitar a controvérsia. Muita gente as usa não para unir, não para ampliar seus horizontes, mas ao contrário, para se fechar no que eu chamo de zonas de conforto, onde o único som que escutam é o eco de suas

---

<sup>20</sup> Loja oficial de aplicativos para o sistema operacional Android.

próprias vozes, onde o único que veem são os reflexos de suas próprias caras. (BAUMAN, 2016).

Mesmo diante de tantas possibilidades e de uma sociedade cada vez mais conectada, no rádio, as relações afetivas se mantêm. É o que ocorre com os ouvintes do programa Amor Sem Fim. Embora ao longo dos anos o programa tenha passado por transformações, as interações permaneceram e até se estenderam, com ouvintes buscando outras formas de interagir, e formando vínculos que seguem para além do espaço da rádio.

Esse cenário instigou a vontade de fazer a pesquisa, e uma necessidade de conseguir abraçar o que ele descortinava à minha frente. Então, para dar conta de organizar essas informações e atingir o objetivo proposto, este trabalho foi dividido em cinco capítulos. Primeiro a introdução, com a apresentação da pesquisa, objetivo, autores referenciados no trabalho e dados gerais. O segundo capítulo, “Percurso Metodológico”, reúne o caminho metodológico traçado, os entraves e as descobertas da pesquisa e do fazer acadêmico.

O terceiro capítulo, intitulado “Afeto e Interação: Uma Abordagem Relacional no campo da Comunicação” apresenta e tensiona o trabalho de alguns teóricos diante da interação e das possibilidades de discutir e estudar temas que emergem da dimensão sensível, como o afeto. O capítulo traz uma contextualização sobre de qual o conceito de amor romântico está sendo abordado e quando esse amor passou a ser de interesse da mídia, sendo apropriado e transformado em produto de entretenimento. Ainda neste capítulo, destaca-se a importância do som na tessitura dos afetos, fato que ocorre desde a fase embrionária, sendo a audição o primeiro sentido a se desenvolver. A afetividade oriunda dessa escuta nos mobiliza para o rádio, que é onde o amor ganha espaço a partir da voz dos locutores e da imaginação dos ouvintes. Por isso também neste capítulo é apresentado um breve mapeamento sobre os programas românticos de rádio no Brasil, o que abre espaço para que possamos contextualizar a emissora 99FM e o Amor Sem Fim nesse cenário.

No capítulo quatro, “No Ar: Amor Sem Fim. Para Você Se Apaixonar”, esmiuçamos o programa Amor Sem Fim, suas características, história, e transformações vividas ao longo dos anos. Apresentamos o quadro Clube da Amizade e a história de um casal ouvintes que se conheceu a partir do quadro. Neste capítulo, destaca-se também a importância da secretária na mediação do contato com o ouvinte, o locutor que ficou mais tempo no ar à frente do programa e o locutor atual. É importante fazer esse apanhado histórico para que possamos compreender as mudanças pelas quais o programa passou a partir da troca do locutor e a inclusão do *WhatsApp* como forma de interação com o ouvinte. A rádio se torna mais conectada, e, conseqüentemente, os ouvintes também. Limitados ao aplicativo de mensagens instantâneas no contato com o

programa, o público também se adapta, e os ouvintes criam grupos de *WhatsApp*, como o Amigos do Aelson, formado especificamente por pessoas que gostam de ouvir o programa e têm afeto pelo locutor. Essas interações ultrapassam os limites do programa, e os ouvintes passam não apenas a interagir entre si e criar vínculos dentro do grupo, como também a promover encontros presenciais.

No quinto e último capítulo, “Um ouvinte me disse – Encontros e Desencontros. Uma Análise a partir da observação e das entrevistas com ouvintes” são reunidos os dados coletados durante todo o período de trabalho de campo, com a apresentação de um *corpus* para análise. Esses dados foram sistematizados a partir da experiência e do contato com essa materialidade, e divididos em três momentos: a observação como integrante do grupo, identificando os temas que emergem no grupo a partir das interações; a participação em um dos encontros presenciais do grupo (cujo registro está descrito como Anotações de campo) e as entrevistas com ouvintes. Os dados mostram como essas interações mobilizam a formação de vínculos e afeto entre os ouvintes. Neste capítulo, a voz dos ouvintes, seus relatos e experiências são a base para alcançar o objetivo ao qual essa pesquisa se propôs a compreender.

Por fim as Considerações finais retomam brevemente o percurso da pesquisa, apresentando uma reflexão sobre os resultados alcançados, as limitações ao longo do percurso, sugestões e a intenção de pensar em trabalhos futuros, já que é um objeto de estudo que inspira novas questões e abordagens. Nas referências estão relacionadas as obras pesquisadas como fontes de dados e autores cuja bibliografia foi essencial para a pesquisa, além dos entrevistados, sites e manuais consultados. Como apêndices, estão anexadas as transcrições dos depoimentos dos cinco ouvintes entrevistados para este trabalho e o roteiro de um dia de escuta e gravação do programa Amor Sem Fim.

## 2 PERCURSOS METODOLÓGICOS

Quando a inspiração para esta pesquisa surgiu, o interesse se voltava a retomar uma ideia trabalhada em 2007, no meu trabalho de conclusão de curso. Mas a realidade é que eu não era mais ouvinte do programa e sequer sabia sobre as mudanças ocorridas, ou se haviam mudanças. Então, quando procurei pela programação da rádio 99FM e sintonizei no Amor Sem Fim, percebi que o programa não tinha apenas se transformado, mas se adaptado às novas tecnologias. Confirmei que sim, o amor ainda estava *no dial*, como há anos. Mas agora seus caminhos seguiam além, muito além dos *hertz*. O amor também estava na internet, na tela do celular e em um ouvinte cada vez mais conectado, que agora se comunicava com o locutor por um novo meio: *o WhatsApp*.

Durante a escuta do programa, percebi que o locutor sempre lia mensagens que diziam “fulano, do grupo Amigos do Aelson”, ou recebia recados de ouvintes que pediam para serem adicionados no grupo Amigos do Aelson. Fiquei intrigada em compreender o que seria esse grupo e na pesquisa exploratória constatei que, com o uso do *WhatsApp* como forma de interação com o programa, os ouvintes também desenvolveram formas de interação não apenas com o Amor Sem Fim, mas entre eles. Os ouvintes participavam de grupos no aplicativo, um deles o Amigos do Aelson, onde criam laços afetivos e chegam a promover encontros para além do espaço virtual. Foram mudanças significativas e que instigaram novas possibilidades de pesquisa, promovendo uma mudança de perspectiva.

Por isso, o objetivo desta pesquisa se configurou na busca de compreender a dinâmica de interações em grupo de *WhatsApp* que leva à construção de vínculos afetivos entre ouvintes e programas de rádio, a partir do estudo do programa Amor Sem Fim. Para alcançar o objetivo proposto, foi necessário percorrer um caminho que nos ajudasse primeiro a conhecer o programa, o contexto em que está inserido, a importância dele na rádio e sua história. Com essas informações, chegaríamos neles: os ouvintes. A partir de observações iniciais e escuta do programa, começamos a pensar em qual metodologia seria a mais adequada para iniciar essa pesquisa. As técnicas passaram a ser alinhadas seguindo uma abordagem qualitativa, método definido por Flick (2009, p.08) como a busca por entender fenômenos sociais de forma mais aprofundada, mas “não em contextos especializados de pesquisa, como os laboratórios”. O autor elenca algumas situações em que esse tipo de pesquisa pode ser empregado.

Analisando experiências de indivíduos ou grupo. As experiências podem estar relacionadas a histórias bibliográficas ou a práticas (cotidianas ou profissionais) e podem ser tratadas analisando-se conhecimentos, relatos e

histórias do dia a dia. Examinando interações e comunicações que estejam se desenvolvendo. Isso pode ser baseado na observação e no registro de práticas de interação e comunicação, bem como na análise desse material. Investigando documentos (textos, imagens, filmes ou música) ou traços semelhantes de experiências ou interseções. (FLICK, 2009, p. 08).

Com esses interesses de investigação, a metodologia foi traçada com a utilização das seguintes técnicas:

- a) Revisão bibliográfica, essencial em qualquer pesquisa científica.
- b) Pesquisa exploratória, para conhecer melhor o objeto empírico e de estudo, com gravação e escuta sistemática do programa, observando a duração de blocos, vinhetas, músicas, pausas. Entrevistas com a produção do programa e demais sujeitos que pudessem ajudar com informações históricas sobre a rádio e o programa.
- c) Pesquisa documental (registros existentes na rádio; programas antigos; fitas; anúncios, jornais que descreviam o programa).
- d) Anotações de campo e observação assistemática durante toda a pesquisa, o que pode trazer reflexões importantes e maior compreensão das situações vivenciadas em trabalho de campo.
- e) Observação participante em um dos grupos de *WhatsApp* formado por ouvintes, o grupo Amigos do Aelson.
- f) Entrevistas semiestruturadas com ouvintes selecionados.
- g) Organização, interpretação e análise dos dados coletados.

Tendo essa compreensão, o desenho metodológico se descortinou da seguinte maneira: primeiro foi necessário compreender algumas questões iniciais, sendo necessária uma pesquisa exploratória. Por isso, foram realizadas visitas à rádio 99FM e entrevistas com a produção do programa e alguns ouvintes, de modo que fosse possível compreender as dinâmicas dessas interações. Segundo Bonin (2008, p.125), é durante a pesquisa exploratória que vamos ter pistas a respeito dos fenômenos que queremos investigar, facilitando também a construção de problemas a respeito do objeto investigado, dentro da realidade comunicacional e de sua dimensão teórica.

A pesquisa exploratória também oportuniza experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos. Auxilia na construção das amostras e/ou corpus a serem focalizados na investigação sistemática. (BONIN, 2008, p. 125).

A pesquisa bibliográfica continuou sendo realizada durante todo o percurso do trabalho, com o agrupamento de estudos de autores que já pesquisam o tema, assim como a verificação de possíveis lacunas dentro do tema que está sendo estudado. Stumpf (2010, p.52) chama a pesquisa bibliográfica de “revisão de literatura” ou “referencial teórico” e diz que esse tipo de revisão deve ser “contínua e constante”, iniciando com a reformulação do problema e indo até a análise dos resultados obtidos. Nesta pesquisa, a busca ocorreu por pesquisas que tratassem do tema “rádio”, “ouvinte”, “programas românticos”, “interação”, “afeto”, “*WhatsApp*”.

Para Stumpf (2010, p.52), a revisão bibliográfica reúne informações que “evitam desperdício de esforços em problemas cuja solução já tenha sido encontrada”.

É um conjunto de procedimentos que visa selecionar documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados do documento, para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. (STUMPF, 2010, p. 52).

Para alcançar algumas respostas necessárias a esta pesquisa, durante a fase exploratória demos início às entrevistas semiestruturadas com ex-locutores do programa, ouvintes, administradores do grupo de *WhatsApp* e a direção de programação da rádio. Essas entrevistas permitiram iniciar a construção de um histórico sobre o programa, ainda que baseada inicialmente na memória dos entrevistados.

Segundo Duarte (2010, p.67), as entrevistas semiestruturadas, ou entrevistas semiabertas, permitem a naturalidade da investigação, porém evitando que alguma questão relevante deixe de ser abordada. Desta forma, é um tipo de entrevista que torna possível que, a partir da primeira questão, o pesquisador consiga explorar o máximo de informações até passar para a outra questão. “Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas” (DUARTE, 2010, p.66).

Para complementar a coleta de dados, foram realizadas pesquisas documentais, o que, segundo a definição de Moreira (2010, p.272), “constituem conhecimento, dados ou informação já reunidos ou organizados”.

São fontes secundárias a mídia impressa (jornais, revistas, boletins, almanaques, catálogos) e a eletrônica (gravações magnéticas de som e vídeo, gravações digitais de áudio e imagem) e relatórios técnicos. (...) O pesquisador pode deparar-se também com material de fontes primárias: pertencem a essa categoria escritos pessoais; cartas particulares; documentos oficiais; textos legais, documentos internos de empresas e instituições. (MOREIRA, 2010, p. 272)

Segundo Moreira (2010, p. 274), essa análise é importante para estimular “memória de eventos, pessoas e contextos. Muitas vezes a consulta aos acervos pode estimular aspectos ou ângulos de abordagem não previstos na fase de elaboração do projeto de pesquisa”. Esse estímulo, em se tratando de entrevistas orais e que demandam um esforço particular em lembrar de informações, podem ser muito úteis no andamento da pesquisa, especialmente na confrontação de dados, como datas, nomes, fatos, que porventura tenham sido informados de forma equivocada pelo entrevistado ou até esquecidos durante os depoimentos.

Foi o que ocorreu durante entrevista com o diretor artístico da rádio, realizada em 12 de agosto de 2019. Ele guarda, por iniciativa própria, jornais que publicaram matérias ou a divulgação de produtos da rádio 99FM. Procurando entre esses arquivos, o diretor encontrou uma matéria que havia sido publicada em 1998 e trazia informações sobre o lançamento de um CD do Amor Sem Fim, informação que ele não recordou durante a entrevista, mas que foi possível lembrar e coletar após encontrar aquele antigo jornal que estava diante de nós. Na rádio, os programas transmitidos são armazenados apenas por um ano. Não há uma biblioteca em que esses arquivos possam ser revisitados, ao contrário do que ocorre com os registros dos programas de tv do mesmo grupo.

Durante esta entrevista, alguns dados divergiram do que havia sido comentado pela produção do programa em pesquisa exploratória. Kischinhevsky (2016, p.286), quando discute metodologias para pesquisa radiofônica, chama atenção do pesquisador para essas nuances.

Raramente, jornalistas e radialistas são capazes de elaborar que critérios norteiam a elaboração de conteúdos radiofônicos ou pensam criticamente sobre este fazer. Entrevistas mal conduzidas com estes profissionais em geral registram apenas discursos laudatórios sobre emissoras e programas, bem como autoelogios. (KISCHINHEVSKY, 2016, p.286).

Por isso, a escuta sistemática do programa foi necessária, pois além de tornar possível detalhar os quadros do Amor Sem Fim, vinhetas, intervalos e outras especificidades, também ajudou a confrontar dados que foram repassados durante as entrevistas, assim como confirmaram ou tensionaram questões que ainda não haviam sido pensadas para a pesquisa.

Essas reflexões e observações foram registradas em Anotações de Campo, sempre que algum fato chamava a atenção. São observações que não seguem técnica específica, mas resultaram em uma ferramenta muito útil para compreender o contexto em que o objeto e os sujeitos da pesquisa estão inseridos, assim como suas transformações.

Em alguns momentos, a pesquisa apresentou dados e situações inesperadas (como o rompimento do grupo), e as anotações auxiliaram na tomada de decisões sobre qual caminho

seguir. Travancas (2010, p. 101) afirma que é no caderno que o pesquisador vai anotar as questões que o levaram a escolher determinado tema. “Assim, o caderno funcionará como um registro descritivo de tudo o que ele vir e presenciar, seja em uma aldeia de índios Bororo, seja em uma redação de um grande jornal”. Neste estudo, os registros foram realizados a partir de uma observação assistemática, técnica definida por Lakatos e Marconi (2003, P.192) como uma observação não estruturada:

[...] também denominada espontânea, informal, ordinária, simples, livre, ocasional e acidental, consiste em recolher e registrar os fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais ou precise fazer perguntas diretas. É mais empregada em estudos exploratórios e não tem planejamento e controle previamente elaborados. (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.192).

Segundo as autoras, para que essa técnica tenha êxito é necessário que o observador esteja atento às ações e fenômenos que o cercam, “de sua perspicácia, discernimento, preparo e treino, além de ter uma atitude de prontidão” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.192). As autoras alertam para que o observador não se deixe levar por armadilhas diante desse tipo de observação.

Muitas vezes, há uma única oportunidade para estudar certo fenômeno; outras vezes, essas ocasiões são raras. Todavia, a observação não estruturada pode apresentar perigos: quando o pesquisador pensa que sabe mais do que o realmente presenciado ou quando se deixa envolver emocionalmente. (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.193).

Foi o que ocorreu no encontro presencial do grupo, o aniversário de quatro anos do Amigos do Aelson, ao qual compareci, e cujas anotações não foram realizadas durante o encontro, mas imediatamente após. A opção se deu para que as pessoas não se sentissem analisadas ou ficassem desconfortáveis diante da minha presença, já que era meu primeiro contato com a maioria delas. Essa decisão partiu da leitura do que é destacado por Demo (2012, p.33), de que o analista observa tudo ao seu redor, incluindo o que está além da fala, mas é necessário compreender que “[...] a comunicação humana é feita de sutilezas, não de grosserias. Por isso, é impossível reduzir o entrevistado a objeto” (DEMO, 2012, p.33).

Lakatos e Marconi (2003, p. 193) citam Rudio<sup>21</sup> ao esclarecer que a observação assistemática se caracteriza pela casualidade. Porém, as autoras também lembram do pensamento de Ander-Egg<sup>22</sup>, de que isso não significa que essa observação seja totalmente espontânea, já que ocorre o mínimo de interação e controle do observador. Segundo as autoras, “de modo geral, o pesquisador sempre sabe o que observar” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.193).

<sup>21</sup> RUDIO, Franz Víctor. Introdução ao projeto de pesquisa científica. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1979.

<sup>22</sup> ANDER-EGG, Ezequiel. Introducción a las técnicas de investigación social: para trabajadores sociales. 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.

Para compreender as relações e interações estabelecidas pelos ouvintes no grupo de *WhatsApp* “Amigos do Aelson”, foi empregada a observação participante, assim definida por Gil (2008, p.103):

A observação participante, ou observação ativa, consiste na participação real do conhecimento na vida da comunidade, do grupo ou de uma situação determinada. Neste caso, o observador assume, pelo menos até certo ponto, o papel de um membro do grupo. Daí por que se pode definir observação participante como a técnica pela qual se chega ao conhecimento da vida de um grupo a partir do interior dele mesmo. (GIL, 2008, p. 103).

Gil (2008) compreende a observação participante como sendo natural ou artificial. A natural é quando o pesquisador já faz parte do grupo, enquanto a artificial ocorre quando o pesquisador se integra ao grupo para realizar a sua investigação. Segundo o autor, esse tipo de técnica facilita o acesso a dados sobre os membros da comunidade, inclusive o que a comunidade considera de domínio privado. Quanto a desvantagens, o autor destaca que essa é uma técnica que pode causar restrições, pois a comunidade não enxerga o pesquisador como um igual: “Mesmo quando o pesquisador consegue transpor as barreiras sociais de uma camada a outra, sua participação poderá ser diminuída pela desconfiança, o que implica limitações na qualidade das informações obtidas” (GIL, 2008, p.104).

Por uma questão ética, este risco precisou ser assumido na pesquisa, pois quando fui inserida no grupo por uma administradora (que o fez a pedido do locutor), me identifiquei como pesquisadora, e assim o fiz em todo o período em que mantive a observação. Os ouvintes precisavam saber que eu estava ali para observar e coletar material com intuito científico, e não interessada em outros fins, como a busca por relacionamentos.

Para Travancas (2010, p. 103), ao usar a observação participante, é essencial que o observador saiba “que também está sendo observado e que o simples fato de estar presente pode alterar a rotina do grupo, ou o desenrolar de um ritual. Isso não quer dizer que ele também não deva ou não possa participar”. Porém, a autora afirma que é preciso ponderação nessa participação, para que o pesquisador não se engaje demais no estudo e torne a técnica uma “participação-observante” (TRAVANCAS, 2010, p.103).

Isso significa que o pesquisador se engaja no estudo e muitas vezes se coloca como porta-voz do grupo investigado, deixando de lado o seu compromisso profissional e ético e esquecendo que, embora haja um enorme espaço para a subjetividade do cientista social neste tipo de pesquisa, os dados são formas objetivas e tem vida própria. (TRAVANCAS, 2010, p. 103).

A minha inclusão no grupo ocorreu em 19 de dezembro de 2018, com conhecimento e apresentação prévia aos administradores, e encerrou no dia 19 de dezembro de 2019. O período de um ano foi considerado satisfatório para a compreensão das interações no aplicativo.

O anúncio da minha entrada no grupo se deu de forma receptiva, e me apresentei como pesquisadora, assim como informei sobre o motivo de estar ali e o objetivo deste estudo. Como os participantes do grupo estendem suas relações para além do espaço virtual, fui convidada para um dos encontros presenciais do grupo, que iria ocorrer em um *shopping* da cidade. A intenção era comemorar os quatro anos de existência do “Amigos do Aelson”. No local, os participantes do grupo interagem como se já fossem grandes amigos, ainda que alguns estivessem se conhecendo fisicamente naquele momento. A ausência de alguns era notada e lembrada, principalmente de integrantes que conversavam bastante no grupo, mas que não puderam comparecer.

O locutor não pôde comparecer, pois um familiar dele havia falecido, fato lamentado por todo o grupo, especialmente por duas ouvintes presentes, que se solidarizaram com o locutor, mas que disseram estar frustradas, pois tinham ido ao encontro só para conhecer o Aelson Silva pessoalmente. Os que estavam presentes faziam questão de tirar fotos, registros esses que imediatamente eram postados no grupo, e comentadas por quem não estava no local. Os outros encontros e histórias antigas dos membros do Amigos do Aelson eram lembradas, e davam margem para que apelidos fossem lembrados ou criados ali, na hora. Desentendimentos e desafetos, que não eram explícitos no grupo, também ficaram visíveis durante o encontro presencial.

A inclusão no grupo foi uma fase essencial para o andamento da pesquisa, pois além da observação das interações dos participantes, foi o espaço em que pude ter acesso e conhecer ouvintes os ouvintes pertencentes ao Amigos do Aelson. No grupo, mandei uma mensagem perguntando quem poderia me conceder uma entrevista, convidando quem quisesse participar da pesquisa, espontaneamente. Prometi que não seriam identificados, mas que precisaríamos ter um encontro presencial, mediante a necessidade de gravar essas histórias. Quatro integrantes já tinham dado a autorização prévia, durante o encontro de aniversário do grupo, para que eu pudesse entrar em contato e agendasse a entrevista, fato que não se cumpriu quando entrei em contato com três deles.

Após essas etapas, foi necessário reunir os dados e dar início à interpretação e análise dessas informações. Essa fase da pesquisa é considerada por Lopes (2005, p. 151) como o momento em que a pesquisa “atinge a condição própria da cientificidade”.

É a fase que envolve a teorização dos dados empíricos dentro da perspectiva teórica adotada no início da pesquisa. O ponto de chegada retoma dialeticamente o ponto de partida, integrando os dados numa totalidade que agora é igualmente objeto empírico e objeto teórico. (LOPES, 2005, p. 151).

Com isso, o *corpus* para análise deste trabalho inclui entrevistas semiestruturadas realizadas com os ouvintes e o conteúdo das conversas coletadas no grupo “Amigos do Aelson”. A análise se dá com o tensionamento das teorias apresentadas e esse material.

Em trabalho de campo, procurando informações na internet, visitando a rádio 99FM e buscando dados em outras rádios, confirmei o que já tinham me dito pesquisadores de rádio mais experientes na área: a memória radiofônica ainda é pouco documentada. Os ouvintes entrevistados durante pesquisa exploratória para este trabalho comentavam sobre programas antigos, e ao tentar encontrar informações sobre esses programas (para fazer um levantamento histórico dos programas românticos de rádio em Belém), não havia registros deles nem nas rádios em que foram veiculados. O que havia era a memória de um ou outro locutor ou programador de áudio que ainda guardava algum registro da época. Porém, em alguns casos esse profissional não fazia mais parte da emissora em que aquele programa foi transmitido (o que por vezes gerou uma recusa em falar comigo, justamente por ele não estar mais na emissora).

Os registros existentes sobre a radiofonia são consequências de esforços de pesquisadores, o que denota a importância da academia nessa construção, além da necessidade de incentivos e articulações para que essas pesquisas não parem. No Pará, entre as iniciativas já realizadas, podemos destacar a pesquisa da professora Luciana Miranda, quando era docente na Universidade Federal do Pará, e que, juntamente com discentes, tornou possível o registro e posteriormente o acesso a mais de dez anos de pesquisa sobre a história do rádio no Pará, que culminou com a criação do *site* O Pará nas Ondas do Rádio.

Outra iniciativa é o trabalho que vem sendo realizado pelo grupo de pesquisa Comunicação, Linguagens, Discursos e Memórias na Amazônia (UFPA/CNPq), coordenado pela professora Netília Silva dos Anjos Seixas, que têm resultado em estudos e publicações acadêmicas em rádio e também em documentos que registram dados atuais e da memória da imprensa na região. O livro “Ligo o Rádio para sonhar” (GONÇALVES; VIEIRA, 2003) e o conteúdo existente no *blog* Rádio Memória Pará ([radiomemoria-pa.blogspot.com](http://radiomemoria-pa.blogspot.com)) também são importantes fontes de dados para a pesquisa radiofônica paraense.

### **3 AFETO E INTERAÇÃO: UMA ABORDAGEM RELACIONAL NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO**

Como esta pesquisa está norteada pela compreensão da dinâmica de interações que contribuem para a construção de vínculos afetivos entre ouvintes do programa de rádio Amor Sem Fim, é pertinente pensar em uma abordagem pelo viés relacional, pois estamos diante de várias subjetividades. Segundo França (2016, p. 158), um estudo de comunicação relacional é compreendido como “um processo de globalidade, em que sujeitos interlocutores, inseridos em uma dada situação, e através da linguagem, produzem e estabelecem sentidos, conformando uma relação e posicionando-se dentro dela”.

Por isso, embora o Amor Sem Fim seja o mobilizador dos ouvintes, é na relação entre as pessoas que escutam o programa que o interesse deste trabalho se norteia. Para Sodré (2006, p. 12), é necessário que o campo da comunicação tenha uma outra posição interpretativa, que não seja limitada à técnica, ao mecanicismo. Para o autor, é preciso perceber a natureza existente nas trocas e nos dispositivos do afeto, é preciso ir além dos conceitos, do racional. É preciso observar a dimensão sensível.

Nos fenômenos da simpatia, da antipatia, do amor, da paixão, das emoções, mas igualmente nas relações em que os índices predominam sobre os signos com valor semântico, algo passa, transmite-se, comunica-se, sem que nem sempre se saiba muito bem do que se trata. (SODRÉ, 2006, p. 13).

O autor (2006, p. 13) propõe uma reflexão partindo de “um caminho teórico que privilegia o emocional, o sentimental, o afeto e o mítico” e sugere uma outra atitude epistemológica ou interpretativa diante de alguns fenômenos, uma análise menos racional e intelectual, que possa compreender os acontecimentos fora de uma medida universal. Isso seria necessário se o que se pretende é uma análise comunicacional.

Marques; Mendonça e Pessoa (2019) em apresentação do livro “Afetos: pesquisas, reflexões e experiências em quatro encontros com Jean-Luc Moriceau”, refletem sobre a necessidade de mais pesquisas que tenham a perspectiva do afeto e da empatia.

Olhar para a pesquisa tendo o afeto como lente investigativa nos faz perceber a consistente, ampla e intrincada rede de conexões que se expande sobre os territórios da vida ordinária. Pesquisar com afeto é colocar-se “em relação com” e “em relação a”. (MARQUES; MENDONÇA E PESSOA, 2019, p. 8).

Para Menezes e Martinez (2014, p.300), o homem é um ser gregário, ou seja, vive em grupo, em comunidade, por isso nossa vida “começa e termina com a necessidade de afetos”. Já Spinoza (2009) acredita que há apenas três afetos considerados “primitivos” e dos quais se originariam todos os outros: a alegria, a tristeza e o desejo. Guidi, Moriceau e Paes (2019, p. 11)

dizem que é o afeto que nos abre ao outro, a sensibilidade que nos coloca em posição vulnerável. “O afeto é, em primeiro lugar, uma exposição, uma capacidade de se deixar impressionar por aquilo que se manifesta. É nossa maneira de entrar em contato, não por meio de explicações, mas pela experiência”.

Para França (2016, p. 171), é necessário atentar para o que chama de “relações cruzadas”, que são as relações estabelecidas entre os sujeitos, o contexto, os dispositivos e o processo global: “Cada elemento não pode ser tratado separadamente, mas existe em relação com os demais, numa relação de mútua afetação. Por isto, trata-se sempre de um fenômeno em movimento”. A autora compreende a comunicação não como uma dinâmica de transmissão, mas como interação, e compartilha da percepção de Sodré (2006), apresentando quatro pressupostos: de que a comunicação é ação, é vivenciada como experiência, supõe intera o e   mediada pela linguagem. Segundo a autora, a comunica o não pode ser vista de forma reducionista, como mera transmissão de informaçoes, mas sim como intera o suscetível de altera oes de acordo com a interven o de elementos externos, linguagem, imprevisibilidades.

Isso ocorreria pois os indivíduos são afetados, ou seja, se modificam no decorrer das intera oes. Afetar o outro não necessariamente significa despertar sentimentos positivos, mas também causar desconforto, raiva, hesita o. Para referenciar essa ideia, França recorre aos estudos de George Mead<sup>23</sup> sobre dupla afeta o:

Nós comunicamos para afetar (de alguma maneira) o outro. Mas esse movimento de afeta o, nos seres humanos,   uma coisa bastante complexa; longe de ser uma cadeia linear estímulo-resposta,   dupla afeta o, dinâmica de ida e volta, reflexividade. Supõe consciência do outro (quem ele  , como está reagindo ou irá reagir) e autoconsciência (consciência da própria atua o e formas de expressão). Funciona enquanto circularidade: projetando o outro, e, prevendo a afeta o que desejo provocar nele, esse outro me afeta com antecedência. No mesmo movimento em que procuro afetar meu interlocutor, eu me afeto a mim mesmo (pensando na rea o do outro, eu me estimo e sou afetado por meus próprios pensamentos). O outro me afeta duplamente: através da consciência que eu desenvolvo sobre ele, sobre suas possíveis rea oes e atitudes, e me afeta também em fun o de sua rea o e sua interven o efetivas. Desta maneira, não apenas vamos nos modificando e nos construindo na frente do outro, como vemos a intera o ir se constituindo para além de um e do outro, em decorrência daquilo que ambos fazem juntos. (FRANÇA, 2016, p. 162).

Com isso, a autora defende que modelos interativos não estão construídos de forma definitiva, já que os indivíduos são afetados e se modificam no curso das intera oes. Lemos (1997, p. 1) destaca que todos os dias nós experimentamos diferentes tipos de intera o, seja de ordem técnica ou social.

---

<sup>23</sup> MEAD, George Herbert. *L'esprit, le soi et la société*. Paris: PUF, 2006.

Segundo o autor, nossa relação com o mundo é interativa e vai superar o paradigma analógico. “Os novos media digitais vão proporcionar uma nova ‘qualidade’ de interação, ou o que chamamos hoje de ‘interatividade’: uma interação técnica de tipo ‘eletrônico-digital’, correspondendo à superação do paradigma analógico-mecânico” (LEMOS, 1997, p.03).

O autor compreende que a revolução digital possibilita o que ele chama de “terceira interatividade”, pois as formas de interagir se relacionam e não são excludentes, e se situam em três níveis: técnico analógico-mecânico, eletrônico digital e social. Para o autor, “a interatividade digital é um tipo de relação tecno-social” (LEMOS, 1997, p. 4).

A interatividade, seja ela analógica ou digital, é baseada numa ordem mental, simbólica e imaginária, que estrutura a própria relação do homem com o mundo. O imaginário alimenta a nossa relação com a técnica e vai impregnar a própria forma de concepção das interfaces e da interatividade. Com as tecnologias eletrônicas, o imaginário é preenchido de uma fascinação mágica, justamente por escapar de nossa escala de compreensão espaço-temporal. Daí a utilização de metáforas como forma de interface. O imaginário age aqui, como mediador entre o homem e a técnica. É a interface que possibilita a interatividade, sendo esta o “espaço” onde essa pode realizar-se. (LEMOS, 1997, p. 4).

Segundo Primo (2007, p. 11), a interação social é caracterizada não apenas pelo conteúdo das mensagens trocadas e pelos interagentes que se encontram em um dado contexto (geográfico, social, político, temporal), mas também pelo relacionamento que existe entre eles. O autor destaca que para estudar um processo de comunicação em uma interação social não basta olhar para um lado (eu) ou para o outro (tu, por exemplo). É preciso atentar para o “entre”: o relacionamento. “Trata-se de uma construção coletiva, inventada pelos interagentes durante o processo, que não pode ser manipulada unilateralmente nem pré-determinada” (PRIMO, 2007, p. 11).

Na obra “Interação mediada por computador”, Primo (2007, p.13) propõe uma análise do conceito de interação a partir de uma “ação entre os participantes do encontro (inter + ação)” e destaca a importância de se diferenciar que interação não é o mesmo que interação social, ainda que um fenômeno de interação social possa ser estudado do ponto de vista comunicacional. Segundo o autor, interação social é uma forma interativa, mas não a própria definição de interação, e cada ciência estuda diferentes tipo de interação de acordo com seu campo de pesquisa. “Em outras palavras, existe interação entre corpos, genes, ondas, forças, engrenagens, pessoas etc.” (PRIMO, 2007, p.13). O autor acredita que algumas certezas que se tinham sobre interações mediadas precisam ser repensadas cuidadosamente, uma delas a que tenta diferenciar interatividade de interação, diferenças que precisam ser vistas de forma qualitativa.

Na década de 1990, quando Thompson (1999) investigou quais seriam os tipos de interação que poderiam ser estabelecidas por um indivíduo, ele chegou a um modelo que denominou de teoria interacional da mídia, em que dividiu as interações em “face a face” (com copresença, pessoas no mesmo ambiente em interação), “mediada” (por telefone, bilhetes, cartas, *e-mail*) e “quase mediada” (pelos meios de comunicação, introduzida pela mídia sem que seja possível o diálogo simultâneo). Esses conceitos são bastante difundidos em estudos de interação, no entanto, com o passar dos anos, os ambientes digital e comunicacional mudaram significativamente, fazendo com que a teoria precisasse ser atualizada, lacuna observada pelo próprio autor. Em 2018 ele propôs que a teoria da mídia fosse “revisitada”, com revisões “necessárias à luz da revolução digital (THOMPSON, 2018, p.18). Com essa atualização, o autor (2018, p. 20) propõe uma quarta forma de mediação, chamada por ele de “interação mediada on-line”.

O que quero captar com esse conceito são as novas formas de ação e interação que foram criadas pela comunicação mediada por computador que ocorre em ambientes on-line. Quando digo que é comunicação mediada por computador, não quero dizer que ela esteja restrita a computadores de mesa ou laptops – não é o dispositivo que importa aqui, e sim a forma de interação criada pela comunicação mediada por computador. Pode ocorrer em smartphone, tablet ou outro dispositivo móvel – o smartphone também é um computador e, de certa forma, até mais importante para entender as novas formas de interação criadas pela comunicação mediada por computador e sua cada vez mais difusa presença na vida cotidiana. (THOMPSON, 2018, p. 20).

Ao contrário da interação quase-mediada, que teria a característica de “um para muitos”, a interação mediada on-line apresenta a característica de “muitos para muitos”. Segundo o autor, essas definições são úteis para os estudos de comunicação, mas não podem ser consideradas definitivas, pois as tecnologias estão sempre em transformação, assim como a nossa forma de usá-las para interagirmos com outros. Um ponto destacado por Thompson (2018, p.23) é que as formas de interação podem se misturar, coexistindo lado a lado.

Nos contextos reais da vida cotidiana, esses tipos diferentes de interação frequentemente estão entrelaçados de maneiras complexas e os indivíduos estão constantemente se movendo entre eles, ou mesmo interagindo de várias maneiras simultaneamente – por exemplo, você pode estar assistindo à TV e se envolver numa conversa face a face com um amigo ou membro da família ao mesmo tempo, e enquanto faz isso, seu telefone celular pode tocar e outra conversa é iniciada simultaneamente. Isso é, na verdade, bastante comum: muitas pessoas agora vivem em ambientes ricos em mídia – o que Madianou e Miller (2012) chamam de “polimídia” – onde diferentes meios de comunicação existem lado a lado e em relação uns com os outros e nos quais os indivíduos alternam continuamente entre eles, escolhendo qual meio usar dependendo, em parte, do tipo de interação e relacionamento interpessoal que desejam iniciar e manter com outros indivíduos distantes. (THOMPSON, 2018, p. 23).

Embora essas características apareçam como oriundas de um processo relativamente recente e gradual de transformações na comunicação, no rádio elas são inerentes à própria existência do veículo. A interação no rádio é face a face, quando o ouvinte visita a emissora para conhecer a produção e o locutor; é mediada, quando o ouvinte liga pra emissora, escreve cartas ou manda e-mails; é quase-mediada, pois necessita da emissora para ocorrer, e não necessariamente há um diálogo simultâneo entre o locutor e o ouvinte; e também é mediada on-line, pois com o uso das novas tecnologias e aplicativos de mensagens instantâneas, o ouvinte participa e interage a partir de um dispositivo *smartphone*.

Na década de 1990, Roger Fidler propôs o uso do termo “midiamorfose”, para compreender o momento pelo qual as mídias estariam passando. Para Fidler (*apud* PRATA, 2008, p.76), assim como ocorre com a seleção natural dos animais, as mídias também passam por transformações e interferências cruciais na manutenção (ou não) de sua sobrevivência. Nas mídias, esse processo estaria relacionado com questões políticas, comerciais e tecnológicas da sociedade atual. Na midiamorfose, as mídias incorporam essas transformações, e evoluem.

Prata (2008, p.75) toma de empréstimo o termo de Fidler e propõe uma reflexão voltada especificamente para o meio rádio, adaptando o termo para o que seria a “radiomorfose”, já que o veículo, conforme a autora, teria se reconfigurado como forma de sobrevivência, continuando a resistir às transformações do tempo. O processo de radiomorfose teria iniciado no início dos anos 1950, com o advento da televisão (PRATA, 2008).

Poderíamos afirmar que o rádio dos anos 50, através do processo de radiomorfose, superou o impacto tecnológico do advento da TV e buscou uma nova linguagem. O veículo não morreu, apenas se transformou. Hoje, neste princípio do século XXI, a radiomorfose continua e o veículo não vai morrer com o impacto das novas tecnologias digitais e da web, mas busca uma readaptação e encontra seu caminho numa nova linguagem, especialmente desenvolvida para os novos suportes. (PRATA, 2008, p. 76).

Em 1997, o jornalista Rosental Alves cunhou o termo “midiacídio” como um contraponto a midiamorfose, proposto por Fidler. Em artigo escrito em 2001, ele explicou o uso do sufixo, que traz a relação com o significado de morte. “Midiacídio seria a morte do ecossistema midiático da era industrial, para dar lugar ao sistema midiático da era digital” (ALVES, Rosental, 2019, não paginado). Essa informação está contida no artigo “Lições da crise americana: jornais minguam ou desaparecem, mas novos modelos tentam salvar o jornalismo”, publicado pelo autor em julho de 2019, no *site* Observatório da Imprensa. No artigo, ele não só reafirma o termo cunhado em 2001, como o atualiza. Para Rosental Alves (2019, não paginado), nós passamos de “uma

comunicação midiacêntrica para uma comunicação ‘eucêntrica’, na qual cada um de nós é um meio de comunicação potencial”.

As redes sociais e plataformas tecnológicas ampliaram ainda mais essas possibilidades e reforçaram os movimentos destrutivos do ecossistema da era industrial, com uma ruptura avassaladora do mercado publicitário. Eis que a minha ideia de massa de meios emerge não só com a proliferação de mais meios digitais, mas também com uma cacofonia perigosa. Infelizmente, esse novo ecossistema virou terreno fértil para a desinformação, a manipulação de sentimentos. Tem gerado polarização, com formação de tribos virtuais, num fenômeno que os sociólogos chamam em inglês de *homophily* – a tendência de se relacionar apenas com pessoas que pensam como você. (ALVES, Rosental, 2019, não paginado).

Kischinhevsky (2007), quando escreveu o livro “O rádio sem onda”, também investigava uma aparente “morte do rádio”, temendo o que na época acreditava que ia ocorrer com o veículo analógico diante da era digital. Segundo o autor (2007, p. 23), no fim dos anos 1990, o rádio teria entrado em um período de “lenta agonia”, diante de um “emaranhado de mídias, todas convergindo para formatos digitais”. Porém, o rádio também convergiu para o formato digital, e o autor (2016, p. 13) reformulou essa ideia, no que atualmente compreende como “rádio expandido”.

O rádio é hoje um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a tv por assinatura, sites de jornais, portais de música. A escuta se dá em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no *dial* ou via *streaming*) ou sob demanda (podcasting ou através da busca em arquivos ou diretórios). (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13-14).

Segundo Kischinhevsky (2016), o rádio é um veículo que está constantemente sendo desafiado, permanecendo relevante nesse atual sistema midiático que se configura. Podemos perceber que o processo ao longo dos anos é tão dinâmico, que é possível observar isso na própria pesquisa e opinião dos autores citados, que reafirmam, corrigem ou adaptam teorias.

Jenkins (2006, p. 29) chama esses fluxos e adaptações de convergência “uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando”, mas se recusa a pensar somente na convergência como “um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos”

[...] Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos. (JENKINS, 2006, p. 29-30).

A convergência no âmbito do rádio proporcionou novas possibilidades na transmissão de conteúdo. Bachelard (2005, p. 130) já destacava que o rádio precisava sempre buscar a originalidade. “O rádio é uma função de originalidade. Não pode se repetir. Deve criar a cada dia. Não é simplesmente uma função de transmitir verdades, informações”.

Compreender o rádio atual como um veículo expandido é uma transformação que precisa ser encarada pelas emissoras. “Sem deixar de ser hertziano e de transmissão unilateral, o rádio expande-se para outros suportes e inclui, de forma aceleradamente crescente, o público como protagonista das irradiações” (FERRARETTO, 2016, p.09 ).

Antes de entramos na discussão específica das interações entre ouvintes do programa Amor Sem Fim, é necessário compreender essas relações cruzadas, como disse França (2016), e perceber os sujeitos, o cenário e o contexto em que estão inseridos. Mas para isso, primeiro precisamos falar de amor.

### 3.1 O amor na mídia

Platão (2015), em sua obra “Banquete”, narra o surgimento do mito grego do “andrógino”, descrito por Aristófanes, ao fazer um discurso em homenagem ao deus Eros, o deus do amor. A história é sobre a ideia de que, antigamente, o homem possuía outra natureza, era esférico e tinha três sexos: o masculino Helios (Sol), o feminino Géia (Terra) e o que teria ambos os sexos, Selene (Lua). Os homens então possuíam os membros todos duplicados, assim como dois órgãos sexuais e duas faces. Isso lhes conferia enorme agilidade, força e coragem, o que fez com que se considerassem audaciosos o suficiente para desafiar os deuses. Então Zeus, como forma de castigar a insolência humana, resolveu parti-los ao meio.

Assim, seccionada a natureza humana, cada uma das metades pôs se a procurar a outra. Quando se encontraram, abraçaram-se e se entrelaçaram num insopitável desejo de novamente se unirem para sempre. E assim ia morrendo de fome e de inação, porque separadas não queriam nada mais fazer. (PLATÃO, 2015, p. 121).

O mito escrito por Platão tentava explicar a busca dos seres humanos pela metade perdida. “É daí que se origina o amor que as criaturas sentem uma pela outra, esse amor tende a recompor a antiga natureza, procurando de dois fazer um só, e assim restaurar a antiga perfeição” (PLATÃO, 2015, p. 122).

Quando encontram sua metade correspondente, são transportados por uma onda de amor, de ternura e simpatia; para tudo dizer numa palavra, não desejam

estar separados nem um instante sequer. E são essas as pessoas que vivem juntas toda a vida; pois não parece ser o prazer dos sentidos a causa de tanto encanto em viver juntas. (PLATÃO, 2015, p.123).

Essa idealização alcançou vários segmentos e estruturas sociais, que vão da política e literatura, até a mídia. Rudiger (2013) diz que o amor romântico, idealizado, surgiu há mais de dois séculos e que é um tema complexo para encaixar em conceitos. Por isso, o autor é categórico: “Quem se propõe a definir o que é o amor, tanto quanto quem já julga sabê-lo, torna-se prisioneiro de sua metafísica” (RUDIGER, 2013, p. 13).

[...] o amor não é uma coisa, mas a elaboração histórica de um certo tipo de relacionamento entre os seres humanos. Quanto mais se pretende falar do amor, maiores são os indícios de seu estatuto problemático, menores são as chances de defini-lo positivamente, apesar da intenção em contrário. (RUDIGER, 2013, p. 13).

No entanto, em várias culturas, é possível encontrar quem se propõe a definir ou explicar o que seria esse sentimento. Nas lendas indígenas, as histórias de amor costumam ser associadas a fenômenos da natureza, ou a transformações, como a lenda da Tamba-Tajá. Coelho (2003) registrou na tese “As narrações da cultura indígena da Amazônia: lendas e histórias”, o relato da historiadora Ângela Maria Minharro Ruli sobre a lenda do Tamba-Tajá. Na lenda, um casal de indígenas da tribo macuxi vivia feliz, até que a mulher ficou gravemente doente e perdeu o movimento das pernas. O índio então teceu uma tipoia e passou a carregar a amada nas costas para todos os lugares em que ia. Um dia, percebeu que o peso estava maior, e ao desamarar a tipoia se deu conta de que sua esposa estava morta. De acordo com a lenda, o índio teria ido à floresta, e, após cavar um buraco à beira do rio, enterrou-se juntamente à amada, pois não havia mais razão para viver. Após algum tempo, no lugar em que eles foram enterrados, começou a brotar uma planta, desconhecida pelos macuxis. “Era a Tamba-Tajá, planta de folhas triangulares, de cor verde escura, trazendo em seu verso grudada uma outra folha de tamanho reduzido, cujo formato se assemelha ao órgão genital feminino” (COELHO, 2003, p. 154).

A união das duas folhas simboliza o grande amor existente entre o casal da tribo macuxi. O caboclo da Amazônia costuma cultivar esta curiosa planta, atribuindo a ela poderes místicos. Se, por exemplo, em uma determinada casa a planta cresce viçosa com folhas exuberantes trazendo no seu verso a folha menor é sinal que existe muito amor naquela casa, mas se nas folhas grandes não existirem as pequeninas, não há amor naquele lar. Também se a planta apresentar mais de uma folhinha em seu verso, acredita-se então que existe infidelidade entre o casal. (COELHO, 2003, p.154).

O amor também é citado na Bíblia cristã, mais especificamente no Novo Testamento, em que o sentimento é definido como algo sofredor, mas benigno .

O amor não é invejoso; o amor não trata com leviandade, não se ensoberbece. Não se porta com indecência, não busca os seus interesses, não se irrita, não suspeita mal; Não folga com a injustiça, mas folga com a verdade; Tudo sofre, tudo crê, tudo espera, tudo suporta. (NOVO TESTAMENTO, Coríntios, cap. 13, 4-7)

Navarro Lins (2017, p. 25) lembra que desde o surgimento do cristianismo o amor só poderia ser dirigido a Deus: “O amor cortês, como vimos, foi a primeira manifestação do amor como hoje a conhecemos: uma relação pessoal”.

Até então o que havia era o desejo sexual e a busca por sua satisfação, muito diferente da experiência de se apaixonar vivida por esses jovens. Essa revolução amadureceu, dando origem ao amor romântico. Esse ideal amoroso só passou a ser uma possibilidade no casamento a partir do século XIX, pois antes disso os casamentos se davam por interesses econômicos e políticos. (NAVARRO LINS, 2017, p. 25).

Ou seja, para a autora, o amor romântico foi construído socialmente. Essa discussão também é compartilhada por Rudiger (2013) em seu livro “Amor e mídia: problemas de legitimação do romantismo tardio”. O autor reflete sobre o quanto o capitalismo foi importante na inserção do romantismo no campo da economia, tornando o amor um produto dos bens de consumo. Rüdiger (2013) diz que o romance ideal e duradouro passou a ser o que privilegiava o lazer, a aquisição de bens, a exploração da cultura. “Os costumes burgueses mais tradicionais foram sendo deixados para trás, na medida em que o comércio se vinculou à ideia de romance como fórmula de um novo estilo de vida” (RÜDIGER, 2013, p. 18). O autor destaca que o romantismo era evitado, pois estava sujeito a comportamentos tradicionais, além de ser considerado fonte de dor e sofrimento. Mas após a Segunda Guerra Mundial o capitalismo passou a fortalecer outros valores.

Conforme o capitalismo se impôs mais amplamente, acabou se exaurindo, também, a visão matrimonial e espiritualizada do amor que a burguesia confeccionara. A emancipação trazida pela expansão das relações de mercado liberou os relacionamentos das amarras tradicionais e, assim, criou terreno para a promoção do romantismo. O preço pago por tanto, porém, foi a subsunção do amor aos regramentos mercantis, um fato que tornou o romantismo uma correia de agenciamento material do consumo e subordinação ideológica das massas ao capitalismo. (RÜDIGER, 2013, p. 19).

Morin (1969, p. 137), quando escreveu seu livro clássico “Cultura de massas no século XX”, já discutia a fixação moderna pelo que chama de “imprensa sentimental”. Para o autor (1969, p. 137), “o amor tornou-se tema obsessional da cultura de massa: esta o faz aparecer em situações nas quais, normalmente, não deveria estar implicado”.

Os belos crimes passionais viram vedetes logo comentadas e o amor inocenta a esposa abandonada, assim como perdoa o velho ciumento que se vingou. O amor decantado, fotografado, filmado, entrevistado, falsificado, desvendado, saciado, parece natural, evidente. É porque ele é o tema central da felicidade moderna. (MORIN, 1969, p. 137).

Segundo Morin (1969), a cultura de massa busca a todo custo universalizar essa obsessão pelo amor. O mundo inteiro estaria interessado em falar de amor, discuti-lo, consumi-lo e, principalmente, tê-lo. E a indústria cultural se apropriava desse desejo.

A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando grandes temas romanescos, fazendo clichês dos arquétipos em estereótipos. Praticamente fabricam-se romances sentimentais em cadeia, a partir de certos modelos tornados conscientes e racionalizados. Também o coração pode ser posto em conserva. (MORIN, 1969, p.29).

Esse amor, idealizado e midiático, passou então a ser facilmente encontrado nos livros, nos classificadores de jornais, nos programas de tv e, atualmente, na internet. No rádio não foi diferente, e quando o amor invadiu o *dial*<sup>24</sup>, encontrou no ambiente sonoro e na voz dos locutores de rádio dois aliados importantes na construção do imaginário romântico. Se “toda relação com uma voz é forçosamente amorosa”, como disse Barthes (1982, p.226), então é na escuta que o amor toma forma.

### 3.2 É na escuta que o amor começa

Nunes (1993) lembra que nossa relação com o som é embrionária, ou seja, precede o nascimento. A autora se apoia nos estudos de Paul Zumthor, Georg Groddeck, José Wisnik e Denis Vasse para refletir que as sensações rítmicas são experimentadas pelo feto ainda na barriga da mãe. “Nascido em meio a sons, marcados por eles durante a vida embrionária, fetal e durante todo o seu desenvolvimento, o ser humano é por princípio um ser musical” (NUNES, 1993, p.22).

O feto é banhado por sensações rítmicas mecânico-vibrotórias, provenientes do líquido amniótico, e também é capaz de ouvir certas frequências da voz materna, de sentir as cargas de vibração e repouso, contração e distensão do batimento cardíaco da mãe, em seu pequeno corpo. (NUNES, 1993, p. 17).

Essas vibrações passam a constituir um primeiro vínculo entre o feto e a mãe. Vínculo esse que se fortalece após o nascimento, passando a ser mediado pela voz e suas significações. “[...] a palavra materna, que tem como suporte a voz-música, marca o corpo do bebê, dá-lhe um

---

<sup>24</sup> *Dial* é o “termo que designa a escala graduada em que estão indicadas frequências e/ou comprimentos de onda de diferentes emissoras de uma mesma faixa de operação. O processo de seleção ou sintonia fica indicado na escala ou *dial*” (CAMPOS, 2003, p. 43).

nome com o qual será ressignificado como sujeito” (NUNES, 1993, p. 18). O bebê então começa a compreender o universo simbólico da linguagem em que está inserido e passa a se movimentar também, a partir do choro, do grito, e de mensagens que serão decodificadas pelos seus pais. Segundo a autora, é interessante compreender “a voz, em especial a voz materna, como meio sutil, signo capaz de produzir efeitos no corpo e no inconsciente” (NUNES, 1993, p.19).

Menezes (2007) também compreende a importância do som para que o recém-nascido se ambiente, e retoma os estudos de Christoph Wulf<sup>25</sup> sobre a cultura do ouvir, ao destacar que a partir dos quatro meses o feto já reage a estímulos, e que o ouvido é um sentido que se desenvolve antes da visão.

No ambiente sonoro, muito antes das palavras com significados específicos, um bebê percebe o timbre da voz, o seu tom, a sua articulação, fundamentais na relação com os interlocutores. A repetição de determinados sons do ambiente familiar, em formas de ritos sempre renovados, com os mesmos rumores e os mesmos tons de voz, favorece a ambientação do bebê em uma rede de sons. (MENEZES, 2007, p. 2).

Segundo o autor, é preciso que nossa sensorialidade vá além do campo da visão. É preciso se desafiar, ir além da racionalidade imposta que tudo quer ver. Somente dessa forma seria possível “adentrar numa situação onde todo o corpo possa ser tocado pelas ondas de outros corpos, pelas palavras que reverberam, pela canção que excita, pelas vozes que vão além dos lugares comuns e tautologias midiáticas” (MENEZES, 2007, p.10).

E se é para ir além do campo da visão, o som também permite ir além da experiência auditiva. Segundo Bang (1991, p.22), a música é uma das formas de interação humana, pois tem um caráter predominantemente emocional. “Quando a comunicação verbal e motora não funcionam de maneira eficiente, deve-se tentar a expressão emocional a fim de se atingir a mente”. Embora os estudos de Bang sejam voltados mais especificamente para pessoas com deficiência auditiva, ele percebeu que a música auxiliava nas expressões, no desenvolvimento da fala e na inserção social, pois para a pessoa surda “ a música se constitui basicamente em uma série de vibrações que são percebidas e transportadas ao cérebro por outras vias que não o órgão auditivo” (BANG, 1991, p. 22).

Nunes (1993, p.25) resume bem o que o som provoca nos seres humanos: “a emissão sonora liga-se a demanda do amor”. Le Breton (2016) também associa o som a questão da afetividade e considera que o ser humano privilegia alguns e descarta outros, dependendo da familiaridade ou sentimento que esse som lhe causa. O autor cita como exemplo a situação de

---

<sup>25</sup> WULF, Christoph; BORSARI, Andrea (org.). Cosmo, corpo, cultura. **Enciclopedia Antropologica**. Milano: Bruno Mondadori, 2002.

escutar uma voz familiar em meio à multidão ao caos da cidade, que imediatamente nos chama a atenção em detrimento de qualquer outro som naquele espaço. “Da mesma forma, a audição do nome de uma pessoa, pronunciado enquanto ela dorme, pode acordá-la, ao passo que outros nomes não lhe causam nenhuma perturbação” (LE BRETON, 2016, p. 136).

O escritor Rubem Alves (2011) , no livro “O amor que acende a lua”, faz uma reflexão sobre os sentimentos carregados não apenas na voz, mas quando essa voz precisa calar. Para o escritor, o maior desejo das pessoas é alguém que as escute, sem conselhos ou opiniões, apenas o ato de escutar. Em uma das passagens do livro, é categórico: “A gente ama não é a pessoa que fala bonito. É a pessoa que escuta bonito. A fala só é bonita quando ela nasce de uma longa e silenciosa escuta. É na escuta que o amor começa. E é na não-escuta que ele termina” (ALVES, Rubem, 2011, p.65).

Quando divulgou seus artigos sobre teoria do rádio (1927-1932), Bertold Brecht lembrou a importância da fala e da escuta, especialmente em se tratando do meio rádio, ao dizer: “Um homem que tem algo para dizer e não encontra ouvintes está em má situação. Mas estão em pior situação ainda os ouvintes que não encontram quem tenha algo para lhes dizer” (BRECHT, 2005, p.36).

O ouvir pode abrir caminho ao toque, ao carinho; da mesma forma que o ouvido é invadido pelas ondas sonoras, o corpo do outro pode ser tocado tanto pelas ondas sonoras como, quando há abertura para isso, de forma tátil no abraço e no afago (BRECHT, 2005, p. 36).

Se é no bom ouvinte que o amor encontra morada, o rádio reúne características que o tornam um veículo propício para o fortalecimento desse sentido. A voz macia do locutor, a música de fundo, as palavras ritmadas, a trilha sonora, são elementos que preparam o ouvinte para a escuta. Nunes (1993, p.17) acredita que “é a partir das propriedades e particularidades do som que se funda nossa relação com as vozes e os objetos sonoros que vem dos rádios”.

Bachelard (2005), quando escreveu o artigo “Devaneio e rádio”, já indicava a necessidade de que o rádio conseguisse fazer com que os inconscientes se comunicassem, e que aos ouvintes fosse permitida a hora do devaneio.

É, portanto, 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. Se o rádio soubesse oferecer horas de repouso, hora de calma, esse devaneio difundido seria salutar. Alguns dirão “Bom, é hora dos sonhadores! As pessoas enérgicas não escutarão nunca”. Mas é preciso que haja a hora dos sonhadores, a hora da calma” (BACHELARD, 2005, p. 130).

Assim como os teóricos clássicos percebiam no rádio um potencial para estimular pensamentos, Mcleish (2001) também acredita que o encanto do rádio está na voz humana, e que esta é uma vantagem em relação ao meio impresso.

A voz é capaz de transmitir muito mais do que o discurso escrito. Ela tem inflexão e modulação, hesitação e pausa, uma variedade de ênfases e velocidade. A informação que um locutor transmite tem a ver com o estilo de apresentação, tanto quanto com o conteúdo do que ele diz. A vitalidade do rádio depende da diversidade de vozes utilizada e do grau de liberdade no uso de estilos de frase e expressões locais pitorescos. (MCLEISH, 2001, p.19).

A pesquisadora Júlia Silva (1999) também acredita que é preciso observar além dessa diversidade de vozes, já que a linguagem radiofônica não é somente verbal-oral. Ruídos, silêncios e outras sonoridades também são incorporados pelo imaginário do ouvinte de rádio, e, segundo o autor, adquirem novas especificidades: “[...] estes elementos perdem sua unidade conceitual à medida em que são combinados entre si a fim de compor uma obra essencialmente sonora com o ‘poder’ de sugerir temas ao imaginário do ouvinte” (SILVA, J. 1999, p. 71).

O jornalista Milton Jung (2007, p. 122 ) compartilha desse mesmo pensamento e acredita que o “não dizer” é um elemento importante dentro do processo de comunicação. “O silêncio informa e oferece interpretações ao ouvinte. É complemento da palavra ou muda-lhe o sentido. Calar-se após uma resposta pode revelar insatisfação, ironia, indignação ou consternação” (JUNG, 2007, p. 122).

Soares (2014), quando analisa as “Significações no imaginário coletivo construídos pelos programas de rádio”, reflete sobre a importância do locutor nessa ambientação, especialmente quando o apresentador lê as mensagens enviadas pelos ouvintes e as comenta.

O processo gera no ouvinte a sensação de que está participando de um diálogo, apesar de não poder responder diretamente a quem lhe fala. Essa incompletude provoca em quem ouve a complementar o diálogo com sua imaginação. Através da palavra, que fala em particular, o ouvinte comporta sensações, emoções e relações afetivas. (SOARES, 2014, p.38).

Del Bianco (2018) explica que os ouvintes muitas vezes transferem a noção do que consideram como “família” para os comunicadores da emissora, tão presentes em suas vidas cotidianas.

Na memória dos ouvintes, a família é o espaço de aprendizado da escuta e da construção de uma relação afetiva que perdura por toda a vida. No entanto, acontece um fenômeno de transferência dessa noção de família para a emissora. Alguns ouvintes identificam a rádio como uma espécie de família imaginária e seus profissionais, como pessoas próximas. O sentido de pertencimento a essa família gera laços de intimidade e de confiança. Em momentos de dificuldades alguns ouvintes expõem seus problemas na crença

de que poderão ter apoio e encontrar solução junto à família radiofônica. (DEL BIANCO, 2018, p.117)

Essa sensação de acolhimento, companhia, e um afeto positivo do que se espera de alguém familiar é uma das características mais comuns empregadas ao rádio e ao locutor, ainda que seja um sentimento à distância, por um rosto que não se vê. No livro “Histórias de ouvinte”, Grisa (2003) propõe uma categorização dos sentidos da escuta para o ouvinte, especialmente em uma rádio de audiência popular. O autor seleciona dez sentidos principais: lúdico; afetivo; ritualização; parceria; comunhão; distinção social; reconhecimento; segurança ontológica; pedagógico; solidariedade.

Nesta pesquisa, que tem como foco os ouvintes de um programa romântico de rádio, é possível observar que emergem dois sentidos desses sentidos: o afetivo e o de parceria. O sentido afetivo, segundo Grisa (2003, p.231), significa “promoção da intimidade; estímulo às relações de proximidade com o comunicador e/ou emissora baseadas em compromissos pessoais, sentimentos, emoção”.

Pelo sentido afetivo dado à escuta, o rádio vai se configurar como promotor da intimidade, permitindo aos ouvintes o estabelecimento de uma relação com o meio através de laços predominantemente emocionais. O rádio não vai negar o sentimento do ouvinte, pelo contrário, vai justamente valer-se dele para obter audiência. (GRISA, 2003, p. 242).

Já o sentido de parceria, segundo o autor, seria a busca por “alento, conforto a situações adversas, companhia (amenizando a solidão, o desamparo), acompanhamento à ação laboral, ao movimento e, em menor grau, preenchimento do tempo ocioso” (GRISA, 2003, p. 231).

O sentido de parceria estrutura-se a partir de duas configurações que se interpenetram. A primeira delas faz referência ao meio rádio como alento, conforto a situações adversas de vida. “Funcionando como uma companhia”, é possível que afaste a solidão ou mesmo cumpra o papel de substituto de uma presença humana. É uma perspectiva que se liga diretamente aos sentidos lúdico e afetivo (“alegria, amor”). (GRISA, 2003, p. 255).

O autor chama atenção para este tipo de escuta, por estar diretamente ligado ao cotidiano do ouvinte, à rotina e à já conhecida função do rádio como companhia. Teresa Alves (2014) também reflete sobre esse assunto, e sobre o quanto o hábito de escuta, em determinada hora, programa e rádio, contribui para a criação de um vínculo com a figura do locutor.

Quando esta rotina é personificada, isto é, quando está ligada ao hábito de escuta de determinado locutor (ou locutores) ou programa, é frequente o ouvinte reconhecer determinados traços de personalidade nesse profissional da sua rádio de eleição. Assim, o elo que une locutor e ouvinte transforma-se num elo emotivo, porque é comum e natural para o profissional em questão um

fenômeno de partilha dos seus interesses junto do seu auditório, que intensifica o grau de intimidade entre meio e público. (ALVES, T. 2014, p. 1).

Para Teresa Alves (2014), o locutor acaba por receber do ouvinte a responsabilidade de estreitamento de ligações, de empatia, e de afeto. Uma presença cotidiana, ainda que à distância, mas cheia de intimidade.

A voz, os efeitos sonoros e a música são os elementos mais prementes na comunicação radiofónica; no entanto, é à voz que emite palavra que é conferida a primazia da atenção do ouvinte. No fundo, é com o locutor que é estabelecida a intimidade do Outro que não se vê mas que se conhece pelo nome, pelo timbre da voz e, frequentemente, até pelos gostos. (ALVES, T. 2014, p. 1).

Esse perfil do rádio, companheiro e afetuoso, somado a estratégias técnicas de quem produz e realiza os programa, acabou por ser um espaço propício para se falar de amor. É o que falaremos no item a seguir.

### **3.3 Uma frequência amorosa: breve mapeamento dos programas românticos de rádio no Brasil**

Programas românticos ou que se destinem a ter foco nos sentimentos dos ouvintes não são novidade na história da mídia sonora. Fernandes e Poletto (2009) destacam que, no Brasil, desde 1930, os locutores contavam e dramatizavam histórias no ar.

A maioria delas era ao vivo e somente com o passar do tempo foram sendo incluídos os efeitos sonoros nessas locuções – usar músicas de fundo era o mais comum. Nesse tempo, as rádios Nacional, Mayrink Veiga e Record já tinham horários especiais para os programas de radioteatro. As radionovelas foram sendo produzidas a partir do sucesso desses programas e da publicidade que permitia pagar radioatores, músicos, produtores, roteiristas, sonoplastas, diretores e todos os profissionais necessários para levar as histórias de amor ao ar. (FERNANDES; POLETTO, 2009, p. 137).

Com a popularização dos aparelhos receptores, o rádio ocupou de vez seu lugar na sociedade, o que atraiu os investimentos publicitários. E as radionovelas foram importantes na manutenção desse investimento.

As radionovelas eram programas feitos para emocionar: sonhos para ouvir, sonhos para viver. As emissoras eram verdadeiras fábricas de ilusões, tendo mais de dez radionovelas no ar e mesmo orquestras inteiras: eram um fenômeno de audiência no mundo ocidental, de América a América (FERNANDES; POLETTO, 2009, p. 137).

As radionovelas com maior audiência traziam roteiros românticos, em que o mocinho e mocinha lutavam e sofriam diversas desventuras até conseguirem um “final feliz”. Algumas radionovelas chegavam a ser fenômenos de audiência e a ter anos de duração, como foi o caso de *Em busca da felicidade*, “a primeira radionovela transmitida no Brasil a alcançar sucesso” (FERNANDES; POLETTTO, 2009, p. 138) e *O direito de nascer*, sucesso no Brasil e em outros países da América Latina.

Para incentivar a imaginação dos ouvintes, vários recursos sonoros eram utilizados, com a intenção de sugerir suspense, tristeza, alegria. Porém, nenhum desses recursos causava mais impacto do que a voz dos personagens. Além da autoidentificação, a partir das mensagens dos capítulos transmitidos, a voz dos atores e atrizes possibilitava a existência dos mocinhos e vilões. Para Fernandes e Poletto (2009, p. 136), a modulação da voz, o timbre e o tom dão credibilidade aos personagens, e assim “ganham a confiança do ouvinte, abrem caminho para que floresça em seu coração os sentimentos de atração e de repulsa em cada cena”.

O rádio passou por vários processos e transições e teve uma fase de popularização entre as décadas de 1930 e 1950, como aponta Kischinhevsky (2007, p.19), ao compreender que nesse período o rádio criou uma “nova instância de consumo cultural”.

Com as mudanças econômicas ocorridas no Brasil por conta da industrialização tardia, especialmente o inchaço das grandes cidades e o surgimento de novas demandas sociais, fermentou-se nos centros urbanos o crescimento de segmentos sociais típicos de uma sociedade de massa. Segmentos que, na maioria das vezes, perdendo contato com suas raízes culturais, seja pela migração por motivos econômicos seja por uma nova conformação do espaço urbano -, vão encontrar no rádio, e, em menor escala, no cinema, um lugar de apropriação e reconhecimento de si mesmos e da sociedade que então se constituía. Em pouco tempo, o rádio abriria o leque de sua programação, deixando de ser “uma caixa de música”, para trazer às massas a chamada “música popular”. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 19, aspas do autor).

Anos mais tarde (com as implicações que isso significa), o surgimento e a popularização da televisão atraiu grande parte dos artistas do rádio e, com isso, a tv passou a receber a maior parte das verbas publicitárias. Essa situação obrigou o rádio a buscar adaptações mais econômicas, o que incluiu o fortalecimento da figura dos comunicadores a perda de programas de auditório.

Em lugar dos grandes artistas, entra em cena então a própria audiência: vários comunicadores do rádio passam a pôr no ar os dramas, as histórias de amor não correspondido, os raros momentos de felicidade vividos por seus ouvintes, muitas vezes entrevistando-os ao vivo, outras reconstituindo situações com emprego de atores e narrador, uma identificação cultural perdida com o fim das radionovelas. (KISCHINHEVSKY, 2007, p.23).

Esse fenômeno, chamado de fase de fragmentação de audiência, foi influenciado por fatores que vão desde a expansão do transistor, até a chegada do rádio nos automóveis, como destaca Lopes (1988), ao relatar que na década de 1960 as emissoras de rádio começam a selecionar seu público de acordo com essa fragmentação e diferenciando assim sua programação. “A programação do rádio passa a ser orientada pela estratificação socioeconômica do público, e em cada segmento procura-se atingir peculiaridades tais como o sexo, idade e grau de instrução” (LOPES, 1988, p.103).

Esse é o mesmo período em que começam a operar as primeiras emissoras em frequência modulada, as FM. “Posteriormente, já no decênio de 70, esse tipo de transmissão utilizaria canais abertos, surgindo um número bastante elevado de emissoras operando em FM” (ORTRIWANO, 1985, p.23). Nesse período, o rádio, além de especialização, passa a apresentar dois tipos de tendência, o rádio de mobilização e o rádio de relaxamento. Segundo Ortriwano (1985, p. 30), “o rádio de mobilização procura tornar o ouvinte participante da transmissão, mantendo um ritmo sempre dinâmico”, voltado especialmente para a prestação de serviço. Diferente do rádio de relaxamento.

No extremo oposto está o rádio de relaxamento, feito para desmobilizar quem já foi exageradamente mobilizado por um tipo de vida de muito trabalho, de muito stress, ruído, barulho e violência. [...] De maneira geral o rádio de mobilização está voltado para a fala enquanto o rádio de relaxamento tende para a música. (ORTRIWANO, 1985, p. 30).

Nas FMs, é na década de 1980 que começam a surgir os primeiros programas românticos. Um dos mais antigos que se tem registro é o *Good Times 98*, transmitido de 1981 a 2008, pela rádio 98FM, do Rio de Janeiro (RJ), emissora popular pertencente ao Sistema Globo de Rádio (TRIBUTO AO RÁDIO DO RIO DE JANEIRO, 2015). O programa “tocava *flashbacks* românticos, fazia tradução de músicas e divulgava cartas de pessoas que buscavam encontrar um relacionamento” (VIEIRA, 2012, p.44). O *Good Times 98* ia ao ar das 22h às 02h, sendo comandado inicialmente pelo radialista Robson Castro e depois sucedido por Fernando Borges. Tinha como principais vinhetas as frases “falando de saudade em forma de canção”, “os bons tempos estão de volta” e “o movimento livre e colorido dos *flash back*”.

Embora transmitidos no Brasil, esses programas não se restringiam a locutores brasileiros. Nunes (2017) cita um programa feito na década de 1980, idealizado por um italiano, e para italianos. O programa *Dick Danello Parlando D’Amore* reunia música italiana romântica, traduções e recados dos ouvintes. Além de evocar o saudosismo e a lembrança da terra natal dos italianos, o locutor dava um tom romântico à programação. “De muitas maneiras, a história deste programa revela memórias do amor romântico materializadas em formatos particulares: as cartas,

as frases de Dick e a seleção musical pautada quase sempre neste gênero de canção” (NUNES, 2017, p. 09). Segundo Nunes (2017), o *Parlando* teve fim em 2016, após ter passado pelas emissoras paulistas Trianon, Capital e a Gazeta FM.

Em Belém, um mapeamento feito por Cavalcanti (1999) durante o projeto “Os Setenta Anos de Rádio Em Belém”<sup>26</sup> identificou o programa *New Romantic*, da Rádio Cidade FM, como um dos programas que mais fizeram sucesso na década de 1980. Como o próprio nome já diz, era um programa para os novos românticos e apresentado pelo locutor Arturo Gonçalves.

No programa eram tocadas músicas internacionais românticas e diariamente uma das músicas era escolhida para se fazer a tradução. Havia também a parte de recadinhos e oferecimentos. O programa atingia, principalmente, o público jovem, por isso, na época, caiu no gosto dos adolescentes. Até hoje, é apontado no meio radiofônico como um dos programas que mais fizeram sucesso na década de 80. (CAVALCANTI, 1999, não paginado).

Há também casos como o do programa *Love Songs*, da Rádio Cidade FM, de Porto Alegre (RS), pertencente ao grupo RBS. O programa foi ao ar pela primeira vez em 01 de setembro de 1984 e encerrou sua transmissão em 2015. Porém, em janeiro de 2019, foi retomado por uma outra rádio, a Continental FM, também do Rio Grande do Sul. A emissora não só reiniciou o programa, agora com o nome de *Love Songs Continental*<sup>27</sup>, como trouxe para a locução o antigo apresentador, Arlindo Sassi (COLETIVA.NET, s.d). O programa tem recados, participação do ouvinte e interação pelo *WhatsApp* (RÁDIO CONTINENTAL, s.d). Em 2009, em uma entrevista concedida à Luiz Artur Ferraretto, para o *site* Caros Ouvintes, do Instituto de Estudos de Mídia, o locutor Arlindo Sassi declarou: “O programa funciona porque existe uma coisa básica do ser humano que é a procura do amor e externar este amor. Às vezes, o rádio é uma forma perfeita para que isto aconteça” (SASSI, 2009, não paginado).

Fazendo a busca de programas nacionais para compor esta pesquisa foi possível encontrar vários, e perceber semelhanças entre eles, o que indicou pistas que puderam ajudar a compreender como é o estilo de um programa de rádio dito romântico. Independente do estado ou emissora, desde a década de 1980 algumas estruturas ainda se mantêm, só mudam os sotaques dos locutores. Os programas românticos, de modo geral, são sempre musicais, com canções de temas românticos, sejam nacionais ou internacionais, e há bastante *flash back*. Há tradução de músicas e os que permitem a interação com o público têm na programação um espaço para que os ouvintes

<sup>26</sup> Pesquisa coordenada pela Prof<sup>a</sup> Luciana Miranda Costa, do Departamento de Comunicação Social da UFPA.

<sup>27</sup> O programa vai ao ar de domingo a sexta-feira, das 22h à 1h, pela frequência 98.3 FM, pelo *site* da emissora e aplicativos (COLETIVA.NET, s.d.).

mandem recados, cartas ou participem ao vivo durante a transmissão. Alguns abrem espaço para tentar aproximar ouvintes, com quadros de paquera, namoro e amizade.

Nos programas que estão no ar, foi possível perceber que as transmissões não são mais uma exclusividade da madrugada. Há programas que costumam ocorrer por volta de meio dia ou a noite (ou nos dois horários). Outra diferença é que, além do *dial*, os locutores agora leem as postagens enviadas pelos ouvintes a partir das mídias sociais, como o *facebook*, *WhatsApp* e outros aplicativos de mensagens instantâneas

É o caso do *Love Songs* da Rádio Nativa FM (SP), transmitido pela primeira vez no dia 10 de setembro de 2017. Inicialmente com transmissão aos domingos, no dia 20 de março de 2019 o programa mudou o horário, indo ao ar de domingo a sexta-feira. O *Love Songs* tem uma *fanpage* no *facebook*, atualizada esporadicamente, com *posts* sobre relacionamentos, horário do programa, informações gerais para o ouvinte e incentivos para que o ouvinte declare seu amor (Figura 03). A busca por um *site* da rádio não foi satisfatória, mas a *fanpage* no *facebook* foi facilmente encontrada. Na *fanpage*, o locutor por vezes faz transmissão ao vivo, ao mesmo tempo em que comanda a programação na rádio FM. Enquanto que no programa há intervalo entre os blocos, para os informes publicitários, na internet o locutor continua conversando com os ouvintes, a partir da *live* no *Facebook*. Lá ele manda abraços, lê e agradece os recados. Os ouvintes costumam deixar mensagens nas postagens, dedicadas ao locutor ou informando que estão solteiros, o que faz das próprias postagens um canal de encontro e interação. O próprio *post* tem essa intenção, ao sugerir que o ouvinte coloque uma mensagem com o perfil nos comentários.

Figura 1 – *Print* de um *post* na *fanpage* do *Love Song*, da Nativa FM.



Fonte: Perfil do programa *Love Songs* no *Facebook*.

Já o programa *Pra Ficar e Amar* é o lado romântico da Rádio Liderança, de Fortaleza (CE), e vai ao ar duas vezes ao dia, pela manhã e à noite (RADIO LIDERANÇA, 2019, s.d). O *site* da rádio tem transmissão *online* da programação, sendo possível deixar recados aos locutores.

A Rádio Clube FM de Pernambuco (RE) também tem um programa chamado *Amor Sem Fim*. Embora a rádio FM só possua 14 anos, ela pertence ao grupo da Rádio Clube AM, fundada em 6 de abril de 1919 e considerada atualmente como a primeira emissora radiofônica do Brasil<sup>28</sup>(VAZ FILHO, 2020). A presença dos perfis da Clube FM no *facebook* e *Instagram* é atuante, com postagens e sorteios de brindes. Em um dos *posts*, o ouvinte interessado em ganhar algum dos prêmios precisava participar ao vivo da transmissão da rádio e fazer uma declaração de amor (CLUBEPEFM, s.d).

A rádio Cidade Bela FM (MT) tem em sua grade de programação o *Cidade Romance*, apresentado à noite, de segunda a sexta, dedicando duas horas de transmissão para músicas e recados dos ouvintes. A Supra FM (Brasília-DF) tem o *Love Hits*, que inicia às 22h, e prepara o ouvinte para o *Amor e Amizade*, “o programa romântico que te ajuda a encontrar sua alma gêmea,

<sup>28</sup> Pesquisadores de mídia sonora, como o radialista Luiz Maranhão Filho, se debruçaram por anos para evidenciar a Rádio Club de Pernambuco como a responsável pelo início da radiodifusão brasileira. O pioneirismo da rádio foi comprovado pelo pesquisador Pedro Vaz Filho, e em 2019, durante o XII Encontro Nacional da História da Mídia, estudiosos de rádio validaram e referendaram o pioneirismo da rádio. Em documento denominado “Carta de Natal”, a Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) retifica a data da primeira transmissão no Brasil para 06 de abril de 1919, realizada pela Rádio Club de Pernambuco. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/jornal-alcar/jornal-alcar-no-73-julho-2020/carta-de-natal>

um novo amigo e até mesmo se aproximar daquela pessoa que você tanto gostaria” (SUPRAFM, s.d).

Nas rádios com transmissão na *web* a presença de emissoras com programas românticos também é relevante. No portal rádios.com existem 415 perfis<sup>29</sup> de rádios no segmento “românticas”. São rádios acessadas por *sites* de emissoras que têm transmissão no *dial* ou para rádios exclusivamente do segmento *radioweb* (RADIOS.COM, s.d), como a Rádio *Big Love* (RS), que tem uma programação 24h dedicada a músicas românticas.

Realizar o registro de programas de rádio também significa revisitar a memória de ex-locutores, ou de ouvintes, que acompanhavam o programa. No Pará, um desses casos é o programa *Madrugada Retrô*, que ainda não foi possível firmar um período em que ficou no ar, mas estima-se que foi entre 2000 e 2009. O programa era apresentado pelo radialista Lino Silva, que preferiu não gravar entrevista, mas informou, via *WhatsApp*, que o *Madrugada Retrô* era transmitido das 00h às 04 da manhã. Segundo ele, os quadros eram a tradução da música mais pedida pelo ouvinte e o momento do encontro, onde pessoas ligavam e deixavam números para contato, músicas, abraços e declarações de amor.

Em Belém, atualmente, alguns programas de rádio se dedicam à temática romântica, como o *Good Times* (Rádio Liberal FM); *Love Hits* (Rauland FM); *Domingo de Amor* (Rauland FM) e o programa *Amor Sem Fim*, da Rádio 99FM, que foi ao ar pela primeira vez em outubro de 1993 e permanece na grade da programação da emissora até hoje.

### 3.4 O amor que nasce com a Rádio 99FM

Em 2018, durante pesquisa feita por Brígida e Seixas (2018, p. 210), foram mapeadas 22 rádios AM e 90 FM em atividade no Pará. Entre essas rádios está a 99FM, emissora pertencente ao grupo Rede Brasil Amazônia de Comunicação (RBA), que engloba concessões de emissoras de rádio, jornal e TV no estado do Pará. Adquirida em 1993, inicialmente com o nome de Carajás FM, teve a mudança de nome para 99FM devido a frequência em que opera (99,9 MHz).

Além de Belém (e dos distritos de Icoaraci e Mosqueiro)<sup>30</sup>, a frequência da rádio também alcança outros municípios paraenses, como Ananindeua, Marituba, Santa Izabel, Castanhal, Barcarena, Abaetetuba e os do Arquipélago do Marajó. Seu alcance pode ser ainda maior, já que

<sup>29</sup> Consulta em 22 de janeiro de 2020.

<sup>30</sup> Distritos da grande Belém, ficam nas imediações da cidade. Icoaraci fica a cerca de 20 a 40 minutos, dependendo do bairro. O mesmo tempo pode ser calculado para chegar a Outeiro, uma ilha no entorno de Belém.

a rádio também é transmitida ao vivo pela internet, em seu site oficial e no aplicativo criado pela rádio, para o ouvinte baixar e acompanhar a programação ao vivo. No ranking divulgado pelo site rádios.com<sup>31</sup>, de janeiro a julho de 2019 a Rádio 99FM oscila<sup>32</sup> entre o primeiro e o terceiro lugar na preferência de quem escuta rádio pela internet.

No site da rádio, o perfil da 99FM é descrito como uma emissora com “forte perfil popular, com locutores que falam a língua que o nosso ouvinte usa no dia a dia” (REDE BRASIL AMAZÔNIA DE COMUNICAÇÃO, s.d). Um perfil que contrasta com a sua rádio “irmã”, a Diário FM<sup>33</sup>, pertencente ao mesmo grupo. Enquanto na Diário FM o slogan é “o prazer de ouvir boa música”, na rádio 99FM o slogan é “sucesso em primeiro lugar” (REDE BRASIL AMAZÔNIA DE COMUNICAÇÃO, s.d).

Kischinhevsky (2007, p. 53) caracteriza como emissora popular as que seguem o que está na moda, não importando o estilo; são feitas “para as massas”, onde “tudo é despejado no mesmo caldeirão”.

[...] seguem fórmulas pré-estabelecidas e que comprovadamente deram resultados ou se orientam pelos lançamentos da indústria fonográfica [...] não há qualquer preocupação com a racionalidade dos grupos de afecção em que se divide a sociedade. (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 53).

Lopes (1988, p.104) define como discurso popular de rádio “aquele que é produzido por emissoras que apresentam uma programação consumida quase exclusivamente pelas classes C, D e E”. É um contraponto, segundo a autora, ao que é consumido por classes mais altas, como A e B. Ela analisou algumas rádios para perceber características que poderiam definir uma rádio popular e observou que uma das peculiaridades desse tipo de emissora é a aproximação com o ouvinte. Segundo a autora, nesses programas as músicas são normalmente pedidas pelos ouvintes, tanto para homenagear pessoas quanto para ouvir as mais tocadas da rádio. E destacou o atendimento individual dispensado a eles, que ocorre de forma personalizada: “[...] o ouvinte é identificado pelo nome, pergunta-se sua idade, data de aniversário, se é casado, noivo, se tem namorado, bairro onde mora, qual é a sua ocupação, o que está fazendo naquele exato momento” (LOPES, 1988, p. 119).

<sup>31</sup> O portal rádios.com.br realiza um levantamento contínuo sobre as rádios mais ouvidas pela internet (RADIOS.COM, sd).

<sup>32</sup> Ranking de janeiro a julho de 2019, de acordo com o levantamento do *site* rádios.com: janeiro (1º lugar, com 29.143 acessos); fevereiro (2º lugar, com 30.061 acessos); março (1º lugar, com 33.761 acessos); abril (2º lugar, com 30.797 acessos); maio (3º lugar, 34.011 acessos); junho (3º lugar, 30.528 acessos); julho (3º lugar, 29.626 acessos).

<sup>33</sup> A Diário FM opera na frequência 92,9FM.

Esse tipo de atuação por parte do comunicador de rádio renderia um apelo popular mais forte diante do público.

O efeito do discurso é o estabelecimento de uma relação intimista e afetiva entre o comunicador e o ouvinte. Através da linguagem coloquial e emotiva, o comunicador cumpre as funções do amigo, do familiar, do conselheiro. Isto lhe permite construir um discurso comercial, moral, estético, afetivo, passando de um para o outro sem a menor dificuldade, uma vez que todos eles são objeto de um mesmo investimento ideológico. (LOPES, 1988, p. 120).

Durante a semana, pela manhã, a programação da rádio 99FM é marcada por sorteio de prêmios, promoções, músicas variadas e um ritmo acelerado, o que Lopes (1988, p. 120) também descreve como uma característica das rádios populares.

De todas estas maneiras, a mensagem musical passa sempre por um processo de individualização e de afetividade. É através da associação da música com a linguagem emotiva e fática que a música propriamente dita parece ser apropriada pelo ouvinte. [...] Um dos efeitos dessa apropriação é um forte sentimento de integração do ouvinte no programa, onde ele é estimulado a participar através de solicitações e concursos, é recompensado com brindes e prêmios ou com a oportunidade de ser citado e cumprimentado. (LOPES, 1998, p. 120).

Essas características são muito presentes na programação da 99FM, que reúne programas com a participação de locutores, Djs ou programas gravados. A programação da rádio se repete de segunda a quinta-feira, com alterações às sextas, sábados e domingos. Durante verificação da programação no site da rádio, foi possível notar que alguns horários e programas não combinavam com as informações checadas durante escuta da rádio, observadas para esta pesquisa no período de 04 a 16 de agosto de 2019. A programação atualizada segue no Quadro 1:

Quadro 1 - Programação semanal da rádio 99FM (agosto de 2019)

<b>Segunda a Quinta-feira</b>	<b>Sexta</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
- 01h às 06 (gravado): Show da Madrugada	- 01h às 06h (gravado): Show da Madrugada	- 00h às 06h (gravado): Show da Madrugada	- 00h às 02h (gravado): Batidão 99
- 06h às 8h: Programa Jeferson Lima	- 06h às 8h: Programa Jeferson Lima	- 06h às 08h (gravado): Vale a Pena Ouvir de Novo	- 06h às 08h (gravado): Alô Belém
- 08h às 11h: Bom dia Alegria	- 08h às 11h: Bom dia Alegria	- 08h às 11h: Bom dia Alegria	- 8h às 12h: Domingo Swing Cerveja
- 11h às 12h: As Mais Pedidas	- 11h às 12h: As Mais Pedidas	- 11h às 12h: As Mais Pedidas	- 12h às 16h: Pagodão 99
- 12h às 14h: Na Onda	- 12h às 14h: Na Onda	- 12h às 14h: Na Onda	- 16h às 18h: As Super Mais Pedidas

- 14h às 17h: Rádio Show	- 14h às 17h: Rádio Show	- 14h às 17h: Rádio Show	- 18h às 20h (gravado): Balança Belém
- 17h às 18h: As Mais Pedidas	- 17h às 18h: As Mais Pedidas	- 17h às 20h: Saladão 99	- 20h às 00h (gravado): Amor Sem Fim Especial de domingo
- 18h às 19h: Brega Pai d'Égua	- 18h às 19h: Brega Pai d'Égua	- 19h às 20h: Voz do Brasil	
- 19h às 20h: Voz do Brasil	- 19h às 20h: Voz do Brasil	- 20h à 00h: Flash 99	
- 20h às 22h: Top 99	20h às 22h – Ritmos 99		
- 22h às 01h: Amor Sem Fim	22h às 00h – Ritmos 99 (MidBack)		

Fonte: Dados da pesquisa, a partir da escuta da rádio e informações do site da rádio 99FM, elaborado pela autora.

Um estudo de audiência de rádios AM e FM, realizado em outubro de 2018 pelo instituto Bureau de Marketing e Pesquisa, comparou a audiência entre 23 rádios AM e FM sediadas em bairros de Belém e Ananindeua<sup>34</sup> (no que chamaram de “Grande Belém”). Das 1.600 pessoas<sup>35</sup> entrevistadas, 17,4% indicaram a rádio 99FM como a emissora que costumam escutar por um período de 06 a 24h todos os dias da semana. A pesquisa também indicou que 25% dos entrevistados fazem essa opção, pois a emissora toca o gênero musical preferido (BUREAU DE MARKETING E PESQUISA, 2018, p.67) e 52% de todos os entrevistados costumam ouvir rádio em suas residências (BUREAU DE MARKETING E PESQUISA, 2018, p.79).

Em entrevista à autora deste trabalho, o diretor artístico da rádio 99FM, Jorge Kobara<sup>36</sup>, disse que o setor comercial da rádio 99FM faz aferições como essas de forma semestral, com institutos de pesquisas locais. Ele acredita no rádio como mídia mais próxima do público, mais do que outras mídias, como jornal e a televisão. E essa proximidade, segundo ele, deve-se à da resistência do rádio popular.

O rádio popular nunca pode perder essa magia, essa química de ser amigo, amiga do ouvinte, da dona de casa, do motorista de táxi, enfim, do público em geral. Já o rádio adulto, rádio jovem, ele não tem essa química tão forte com o público como o rádio popular tem. Rádios jovens e rádios adultas, cada um no

<sup>34</sup> Município da região metropolitana de Belém.

<sup>35</sup> Pesquisa amostral quantitativa do tipo probabilística estratificada em cotas proporcionais de gênero, faixa etária, escolaridade e condição econômica, representativas da população residente na Grande Belém (perfil observado nas estatísticas do IBGE e TSE). Como definição de público alvo, a pesquisa teve como critério: pessoa residente na Grande Belém com 10 anos e mais, pertencente a todas as classes econômicas. Para fins de definição da condição econômica dos respondentes, adotou-se na estratificação prévia da amostra, a renda domiciliar informada pelo IBGE.(BUREAU DE MARKETING E PESQUISA, 2018, p.109).

<sup>36</sup> KOBARA, Jorge . Jorge Kobara: depoimento [12 de agosto de 2019] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 89min

seu segmento, apresentam seu programa no que o perfil da emissora exige, mas o rádio popular não, ele tem aquela pegada próxima da pessoa, a pessoa se sente amiga do locutor. (KOBARA, 2019).

A declaração do diretor confirma os estudos de Lopes (1988) sobre essa rádio personalizada, que se aproxima do dia a dia do ouvinte, que o faz de companheiro. Ao analisar audiência, PRATA (2002) observou a existência de quatro tipos de emissoras que mantinham um alto grau de fidelização do ouvinte: emissoras voltadas para o público adulto; emissoras altamente segmentadas, com foco num público específico; emissoras evangélicas e, por fim, emissoras que mantêm os mesmos programas durante muitos anos.

Os programas com longo tempo no ar tendem a criar fidelidade no público que ouve a emissora. As pessoas se acostumam com o horário, com o formato, com o comunicador, com as atrações e sabem que podem contar com aquele programa do jeito a que estão acostumadas, sem grandes mudanças. Assim, mesmo que não goste de uma atração ou outra, ou de um dia ou outro em que o programa não está do seu agrado, o ouvinte permanece fiel, pois o programa passa a fazer parte do seu cotidiano. (PRATA, 2002, p. 5).

Segundo a autora, ao escutar esse tipo de programa, o ouvinte o elege como hábito, como uma tradição, e “mesmo que não dê uma audiência grande, mas fique no ar muitos anos, o programa acaba tornando-se sinônimo da emissora. Assim, também viram sinônimo da emissora o locutor, aquele formato determinado, a linguagem utilizada” (PRATA, 2002, p. 6).

É o que ocorre com alguns programas da rádio 99FM. A primeira transmissão da rádio ocorreu em 05 de outubro de 1993, e dos programas que existiam na estreia da emissora, quatro permanecem<sup>37</sup> até hoje na grade de programação: Bom Dia Alegria, Rádio Show, Domingo Swing e Cerveja e o Amor Sem Fim. E é sobre o Amor Sem Fim que falaremos a seguir.

---

<sup>37</sup> KOBARA, Jorge. Jorge Kobara: depoimento [12 de agosto de 2019] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 89min

#### 4 NO AR: AMOR SEM FIM. “PRA VOCÊ SE APAIXONAR”

O programa Amor Sem Fim sempre foi transmitido à noite e contrasta com a agitação dos programas diurnos da emissora, se encaixando no que Ortriwano (1985) chamou de rádio de relaxamento, feito para desacelerar o que já foi muito estimulado durante a programação. E um dos artifícios utilizados por esse tipo de rádio é a música.

Por isso, a criação de um ambiente sonoro e os estímulos à imaginação do ouvinte são vários e vão desde a programação musical, com músicas românticas nacionais e internacionais (*os flashback*), até os quadros (como o Clube da Amizade, que veremos detalhadamente a seguir), recados de ouvintes, tradução de música e as vinhetas, com sugestões como: “Aqui você sente a diferença”, “Pra você se apaixonar”, “No Amor Sem Fim, momentos de pura paixão, coisas que só o coração pode entender”, “Viva seu amor intensamente no Amor Sem Fim”, “A magia do amor envolvendo você intensamente no Amor Sem Fim”, “Deixando sua alma mais leve no Amor Sem Fim”, “o amor sem fim preserva o seu romantismo”.

Além da seleção musical e do horário, o estilo do programa segue uma fórmula inspirada em programas de rádio do eixo Rio de Janeiro/São Paulo na década de 1990, segundo o diretor. “As rádios do Rio e São Paulo tinham muito essa conotação de fazer programa romântico à noite. Hoje em dia muitas fazem programas românticos na hora do almoço. Cada uma, cada região tem um estilo diferente” (KOBARA, 2019).

Bachelard (2005) acreditava que a noite era o período mais propício para que os inconscientes se comunicassem, no que chamava de hora dos sonhadores. Ele defendia que esse seria o horário em que se comunicariam os psiquismos, o horário para transmissões que queiram tocar o inconsciente do ouvinte. Para o autor (2005, p. 133), é o locutor, ou o “engenheiro psíquico”, como preferia chamar, que indicaria esse caminho aos ouvintes.

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 os ouvintes. 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”. (BACHELARD, 2005, p. 133, aspas do autor).

Embora atualmente alguns programas românticos não sejam mais guiados por esse ponteiro do relógio, o programa Amor Sem Fim continua seguindo essa fórmula e há 26 anos se destaca como o lado romântico da rádio 99FM. E não há previsão de deixar de ser.

Tirar o programa da grade nunca passou pela nossa cabeça, eu posso te dizer que a possibilidade é zero. Porque o programa é tão próximo do nosso público

do horário, é um programa que tem 80 mil ouvintes por minuto, então pra se manter uma audiência dez horas da noite, onze, meia-noite, com 80 mil pessoas escutando a gente, então a gente analisa que a fórmula tá certa. O programa nunca se envelhece porque é um programa aonde a gente trabalha as músicas que foram sucesso no passado, românticas, e as músicas atuais românticas, então a gente faz essa mistura do hoje com o ontem. E música romântica a gente tem um leque infinito, a gente vai do internacional até uma Ivete Sangalo. A gente tem cantores sertanejos que cantam romântico, enfim, a gente tem um leque gigantesco, então a gente nunca teve essa ideia de tirar o programa da grade. (KOBARA, 2019).

E quem são os anunciantes do programa? Em 2008, na pesquisa “Rádio Cupido, um estudo de caso do programa Amor Sem Fim”, foi possível perceber, a partir da escuta do programa, que o principal anunciante era um motel da cidade, “que tem inclusive seus anúncios gravados pelo próprio Barriery, e que costuma oferecer cortesias de pernoites, sorteadas ao término da transmissão” (SILVA, V. 2008, p.32). Segundo o diretor, o programa possui anunciantes próprios, assim como os anunciantes que pagam por publicidade em toda a grade da emissora, em todos os horários.

Tudo é um contexto do geral. O que acontece? Cada programa tem os seus patrocínios, obviamente, mas tem cliente que quer anunciar na grade toda da emissora, querem anunciar de manhã, tarde, noite e de madrugada, não importa o programa, é a emissora. E como a 99 é uma emissora com uma audiência consolidada, todos os programas são líderes de audiência em qualquer horário que se você analisar ela é primeiro lugar em qualquer horário, em qualquer dia da semana, então automaticamente...então o Amor Sem Fim tem os seus patrocinadores próprios e existem os clientes que anunciam na grade da emissora e inclusive no Amor Sem Fim. É um puxando o outro, um programa puxando o outro, passando o bastão para o outro e fazendo uma programação redonda. (KOBARA, 2019).

Ainda que o programa tenha a idade da emissora, não há registro das transmissões antigas. Os arquivos de áudio ficam armazenados por apenas um ano, no setor de tecnologia da informação da empresa, e após esse período são descartados. Embora não possua arquivos das transmissões anteriores, Kobara (2019) guarda alguns registros, como a divulgação do lançamento do CD do programa, que teve uma matéria publicada no caderno D, do *Jornal Diário do Pará*<sup>38</sup> (Figura 02), em 1998. O CD foi produzido pela gravadora Paradoxx e reuniu as 14 músicas internacionais mais pedidas pelos ouvintes do programa daquela época. A seleção foi feita por Américo Silva, que já era produtor musical do Amor Sem Fim.

---

<sup>38</sup> Jornal impresso do mesmo grupo da emissora.

Figura 2 - Matéria anunciando lançamento do CD do programa Amor Sem Fim.



Fonte: Jornal Diário do Pará, 06 de setembro de 1998, cedido por Kobara (2019).

Outro registro, de 1998 (Figura 03), desta vez no caderno Mercantil, do *Diário do Pará*, mostra um anúncio do programa, convidando os ouvintes a participar da ação do Dia dos Namorados. O anúncio prometia brindes como café da manhã, salão de beleza, roupas, jantar à luz de velas, pernoite em motel e flores.

Figura 3 – Anúncio para o Dia dos Namorados.

Na 99 FM,  
o amor está no ar.

A 99 FM vai sortear dois casais de namorados para o dia mais romântico de suas vidas. Eles vão ganhar vários presentes. Para participar, basta você colocar todo o seu amor no cupom abaixo. Depois é só colocar o cupom na urna localizada na portaria da RBA para participar do sorteio que será efetuado no programa AMOR SEM FIM da 99 FM no dia 9 de junho.

Promoção  
Dia dos Namorados.  
Participe e ganhe: ➤ Café da manhã  
➤ Salão de beleza  
➤ Roupa especial  
➤ Jantar à luz de velas  
➤ Pernoite em motel  
➤ Flores

Nome: \_\_\_\_\_  
End.: \_\_\_\_\_  
Bairro: \_\_\_\_\_ RG: \_\_\_\_\_  
CPF: \_\_\_\_\_ Fone: \_\_\_\_\_  
Mensagem \_\_\_\_\_

MANDE UMA MENSAGEM PARA O SEU AMOR ATÉ 09/06 E GANHE O DIA.

Apólo

CA  
Banco Pysaniana  
PAVÃO  
99 FM  
Sucesso em 7 Lugares

Fonte: Jornal Diário do Pará, 04 de junho de 1998, cedido por Kobara (2019).

Com uma história que acompanha a trajetória da emissora, Jorge Kobara entrou na rádio 99FM três anos após a inauguração e tem acompanhado, desde então, as mudanças do Amor Sem Fim ao longo do tempo, principalmente a permanência do programa diante de outras plataformas. Segundo ele, o Amor Sem Fim resiste devido ao romantismo dos ouvintes. “Ainda tem gente romântica por aí. Porque apesar dessa loucura do dia a dia, ainda tem gente que usa esse encanto do rádio pra querer conhecer alguém” (KOBARA, 2019). A afirmação do diretor retoma o pensamento de (GRISA, 2003, p.242) sobre escuta popular, já que o rádio não vai negar o sentimento do ouvinte, “pelo contrário, vai justamente valer-se dele para obter audiência”.

O programa é transmitido de domingo a quinta-feira, em dois formatos distintos. No domingo vai ao ar uma edição especial, gravada, sem a participação do locutor e sem interação com o ouvinte. O Amor Sem Fim Especial de Domingo tem a programação musical organizada por Bruno Torres e é transmitido das 20h às 00h. O programa dominical é dividido nos blocos “Os grandes sucessos do rei Roberto Carlos”; “Destaque musical”; “Amor Sem Fim-Nacionais” e “Tema de Novelas”.

Nesta pesquisa, o recorte está no programa que vai ao ar de segunda a quinta-feira<sup>39</sup>, comandado pelo radialista Aelson Silva, com o apoio da secretária Daniele Lameira, programação musical organizada por Américo Silva e produção de Cláudia Formigosa. Nesses dias, quem sintoniza a rádio das 22h a 01h é convidado a pensar sobre o amor.

O programa sempre inicia com a vinheta de “No ar, mais um campeão de audiência com a marca 99FM” e segue com a abertura:

Agora o seu coração vai bater mais forte. Aqui na 99 FM...Amor Sem Fim, as músicas que marcaram a sua vida, a paixão, o amor, a mensagem de carinho, isso é Amor Sem Fim. Você vai viver fortes emoções aonde só o amor pode entender. Amor Sem Fim, deixa a emoção falar mais alto no seu coração. Amor Sem Fim, na 99FM.

Em seguida é tocada alguma música romântica nacional, e, posteriormente, tem a entrada do locutor, se apresentando e dizendo que vai ficar com o ouvinte até 01h. O locutor passa os contatos da rádio, e o dele próprio, e diz que ouvinte pode mandar mensagens e também participar do Clube da Amizade. Após uma sequência musical o locutor começa a ler os recados enviados por *WhatsApp* e *sms* (esse último ocorre com menos frequência). O locutor costuma avisar que vai começar a ler os recados, mas dependendo do dia segue a leitura logo que terminam as músicas. Essa leitura é acompanhada sempre pelo mesmo *BG*<sup>40</sup>, com a música “*Starway to heaven*”, da banda inglesa Led Zeppelin. Há também tradução de músicas e, a cada retorno após o intervalo, o locutor informa o horário e relembra os contatos do programa, para que o ouvinte mande mensagens e participe do Clube da Amizade.

#### 4.1 Clube da Amizade

Segundo Kobara (2019), o Clube da Amizade foi implantado seis meses depois que o Amor Sem Fim foi ao ar pela primeira vez. O nome, de acordo com o diretor, foi uma referência

<sup>39</sup> A estrutura detalhada do programa está disponível no Apêndice 02 deste trabalho, e foi elaborada a partir de escuta do programa.

<sup>40</sup> Abreviatura do inglês *background* (“fundo”). É a música, voz ou efeito sonoro (em volume mais baixo) colocado ao mesmo tempo que o locutor. Dá suporte à transmissão e não deve prejudicar a clareza da fala. (MANUAL DE COMUNICAÇÃO DA SECOM, s.d)

à Rádio Clube, rádio AM do mesmo grupo. No Clube da Amizade, como o próprio nome diz, a intenção é fazer com que os ouvintes do programa usem o programa como um canal destinado a fazer amizades ou, quem sabe, romances. Ramon (2019), ex-locutor do programa, disse que o Clube já chegou a cadastrar 40 ouvintes para participar todas as noites. Em 2008, o ouvinte podia participar ao vivo e conversar com o locutor, aproveitando para chamar mais atenção e conseguir um número maior de interessados (SILVA, V. 2008).

No Clube da Amizade, quadro de grande sucesso dentro do programa, as pessoas interessadas em conhecer “alguém especial” ligam para a rádio e se cadastram no Clube, informando o telefone para a atendente e descrevendo rapidamente seu perfil (geralmente os ouvintes descrevem a cor dos olhos e da pele, altura, profissão e idade) e o perfil da pessoa que querem conhecer [...] e precisam definir o gênero da pessoa que querem conhecer, já que o programa recebe ligações tanto de heteros quanto do público GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes)<sup>41</sup>. (SILVA, V. 2008, p. 32).

A participação do ouvinte falando o número de contato pessoal ao vivo na rádio foi retirada, segundo Kobara (2019), para evitar problemas, já que a produção do programa foi surpreendida por um caso em que um ouvinte forneceu o número de outra pessoa no ar. Atualmente, para participar do Clube da Amizade é preciso telefonar para a rádio durante o programa e fazer um cadastro diário. Para isso, o ouvinte telefona para a rádio e é atendido pela secretária, que pede informações pessoais como idade, gênero, características físicas, e número de contato. Esse mesmo ouvinte também diz qual o perfil da pessoa que ele gostaria de conhecer, se homem ou mulher, idade aproximada e outras características. Essas informações são repassadas para o locutor, que às 23h30 lê esse perfil no ar. O anúncio dos perfis segue a seguinte estrutura, como é possível perceber em escuta realizada no dia 10 de Abril de 2019:

Augusto tem 38 anos, 1.69, mora na pedreira e quer fazer amizades com mulheres de 39 a 49 anos. Oswaldo tem 39 anos, 1.70, ele mora lá no Jurunas e quer fazer amizade com mulheres de 30 a 40. Pedrão, 50 anos, 1.75, mora na Marambaia....e o Pedro quer fazer amizades com mulheres de 35 a 50 anos. (TRECHO DO CLUBE DA AMIZADE, 2019).

Os interessados nos perfis que foram lidos no ar podem então ligar para a rádio, dizer os nomes das pessoas pelas quais se interessaram e a secretária fornece o número de contato. A partir daí é entre os ouvintes. E é assim, via rádio, que amizades e casais vêm se formando ao longo dos

---

<sup>41</sup> Em 2008, a sigla usada era GLS (gays, lésbicas e simpatizantes). Com o tempo, movimentos sociais e pela diversidade compreenderam que a sigla precisaria abranger e representar uma comunidade maior de indivíduos. Em 2018, a Aliança Nacional LGBTI e a rede de igualdade de direitos GayLatino organizaram o Manual de Comunicação LGBTI+, voltado para a mídia. No manual, a sigla LGBTI+ representa lésbica, gay, bissexual, travesti, transexual e intersexual (LGBTI+). (REIS, 2019). Atualmente também se utiliza a sigla LGBTQ+ com a letra Q simbolizando aqueles que se identificam como queer.

anos. Ainda que o interesse em encerrar o programa Amor Sem Fim não faça parte dos planos da direção da emissora, o quadro do Clube da Amizade já passou por várias transformações e “quase” foi extinto em alguns momentos. Se há dez anos era possível cadastrar 40 nomes no programa, hoje em dia esse limite é de 12 pessoas diariamente. O motivo: o avanço da tecnologia. Segundo Kobara (2019), a diminuição do limite de ouvintes é para evitar que as mesmas pessoas participem sempre e isso desgaste o programa.

Porque é meio cíclico a coisa, tem um período que um grupinho de pessoas quer participar, depois aquele grupinho vai arranjando outras pessoas, ou seja, não precisa mais arranjar namorado ou namorada e assim vai indo, então a gente reduziu justamente por isso. E tem os aplicativos de relacionamento, isso é fato. Mesmo com o público gostando ainda que a sequência permaneça, eu não vou competir com a internet, isso é fato, as pessoas se comunicam, se encontram, fazem contato com muito mais frequência pela internet. (KOBARA, 2019).

Mas, segundo ele, sempre que tentam retirar o quadro, o público reage, o que retoma o pensamento de PRATA (2002) sobre a fidelidade do ouvinte, especialmente de programas antigos, que já fazem parte da rotina do ouvinte. Kobara diz que as assistentes da rádio fazem um relatório, com os dados de ouvintes que participam diariamente. E que “se fosse fazer gosto do público seria uma hora e meia de música e uma hora e meia de Clube da Amizade” (KOBARA, 2019).

Ah, porque hoje em dia as pessoas já fazem esse contato através de aplicativos de internet, de playstore, essa coisa toda, mas a gente recebe uma negativa muito grande do público de não terminar o Clube da Amizade, ou seja, embora a tecnologia de 24 anos atrás pra hoje cresceu de maneira meteórica, o quadro continua tendo uma essência dentro do programa, ele continua sendo um dos pilares que fazem o Amor Sem Fim. Então, como a gente faz programa para o ouvinte, a rádio é feita para o público, então a gente olha...O público quer que continue o Clube da Amizade? Então a gente vai continuar o Clube da Amizade. (KOBARA, 2019).

Embora o programa seja aberto a pessoas de todas as idades, o público interessado está envelhecendo junto com o programa.

É um negócio muito interessante, porque mesmo com o avanço da tecnologia, da internet, esse encanto ainda existe. Agora, é claro, a gente percebe que esse público que participa do Clube da amizade, no antes, há dez, quinze anos atrás, você tinha aquela faixa de 18 a 25 anos, hoje em dia você percebe que é de trinta pra frente...35, 40, 70, é um público bem mais adulto. Na verdade, eu acho que vou colocar aqui de 40 a 70, é 80% do público que participa hoje do Clube da Amizade. São pessoas que acompanharam a tendência do programa, a tendência, as pessoas mais novas têm os aplicativos como primeira opção, e as pessoas na casa dos 40, 50, 60 anos, até de 70 anos tem, são pessoas que viram o programa acontecer na rádio e umas vão, depois de um tempo voltam... Enfim, fica aquela ida e vinda, tipo, “ah, eu arranjei alguém”, tem gente que já até casou, mas tem gente que arranja uma paquera, um namoro, o namoro dura

um tempo, depois acaba, o que é normal, a vida é assim mesmo, daí a pessoa volta a ficar sozinha e procura o Clube da Amizade pra ver se arranja outra pessoa, e assim é um ciclo. (KOBARA, 2019).

Embora tenha passado por uma redução no número de cadastros, o Clube da Amizade foi o responsável pela união de vários casais ao longo desses 26 anos de existência do Amor Sem Fim. Um desses casais concedeu depoimento para esta pesquisa,

#### 4.1.1 O encontro de um amor pelo rádio

Regina e Jorge são os nomes fictícios de um casal que se conheceu pelo Clube da Amizade e que está junto desde 2016. A menção a eles abre a introdução desta pesquisa, e a entrevista fornece elementos que demonstram o quanto o veículo e o programa podem impactar no dia a dia de seus ouvintes. A conversa se deu de modo informal, com o objetivo de conhecer a história e o que os levou a enxergar no programa um caminho para encontrar um amor.

Regina disse que foi visitar a rádio com a irmã e uma amiga, durante o horário do Amor Sem Fim, quando ainda era permitido pela emissora. Lá, durante o programa ao vivo, o locutor perguntou se elas não gostariam de participar do Clube da Amizade. Ela aceitou, mas sem muita expectativa, pois tinha terminado recentemente um casamento de 20 anos. Enquanto isso, Jorge, ouvinte assíduo do programa, estava em casa e disse ouvir a “algazarra” que elas faziam na rádio, e se interessou pelo perfil que o locutor leu sobre Regina e a amiga. Jorge ligou para a rádio e pegou o telefone das duas.

Nesse dia, Regina recebeu vários telefonemas, e se interessou por um rapaz. Jorge ligou primeiro para a amiga de Regina, mas não houve interesse de ambos. Ele disse ter achado a amiga dela muito expansiva, e essa amiga, por sua vez, não demonstrou interesse por ele. Foi então que Jorge ligou pra Regina.

Eu sempre ouvia histórias de que já tinha acontecido, mas eu não imaginava que ia acontecer comigo. Quando a gente conta a história tem gente que se admira, acham que é só história, mas é realidade, eu sou realidade. Eu acho que é fácil de acontecer. Eu me identifiquei logo com ele, gostei da conversa dele, da voz, até da maneira dele atender o telefone, me chamando de ‘oi querida’, até hoje. A gente não tem relacionamento de marido e mulher, mas de namorado. A gente tá de folga, sai pra passear. Eu já escutava o programa, fui na rádio por curiosidade, e na hora do Clube da amizade queria saber se ia acontecer alguma coisa (REGINA, 2019).

O casal marcou de se encontrar em um local público, e Regina deixou uma amiga avisada caso algo acontecesse com ela. Passaram a namorar cerca de um mês depois, e após o falecimento da mãe dele, se casaram. Jorge já tinha tido vários relacionamentos com pessoas que conheceu

pela rádio. Disse que só tinha relacionamentos com pessoas que conhecia pelo rádio. Até encontrar Regina.

Eu paguei um sorvete, ficamos sentados conversando, e pela conversa nos gostamos tanto que não foi difícil rolar o primeiro beijo. E dali por diante rolaram outros encontros. Na rádio tu tá sujeito a todo tipo de pessoa, gente sem caráter, mal intencionado, psicopata e tudo o mais, tu não sabe quem é a pessoa. Tem pessoas que falam bem, mas só querem tirar casquinha. Eu ficava ouvindo o rádio, com papel e caneta na mão, quando eu gostava eu ligava insistentemente, porque é uma luta pra conseguir a ligação, é difícil. Por que ele não instala um sistema de msn lá no programa dele? às vezes tem algum detalhe que a pessoa pode mandar e a assistente não anota. Se tivesse o msn ele lia e não precisava do telefone. Aí você escreve seu perfil e o que você quer conhecer, pessoa se interessou aí pega o seu telefone. E não uma coisa curta que a pessoa fica sem saber como é a pessoa. Por exemplo, eu dava minha altura cor dos olhos, quanto eu pesava, que eu era uma pessoa assim desse jeito tranquilo e queria conhecer mulheres que não fossem de beber e nem de fumar, que gostasse de passear, que seja carinhosa e amorosa, pronto, isso já basta, já dá pra entender como é o perfil da outra pessoa, que é tranquila, quer um relacionamento sério. Aí ficava dividido entre o computador e a rádio. No amor sem fim é curto demais. Quando conheci ela, parei, não liguei mais rádio nenhuma, porque pra mim não era mais vantagem, eu já tinha uma companheira. Eu gosto de sair só eu e ela. (JORGE, 2019).

O cadastro para o Clube da Amizade é somente por via telefone fixo. A responsável por receber esses telefonemas dos ouvintes é a secretária Daniele Lameira<sup>42</sup>. Para conhecer como ocorre esse processo, foi feita uma entrevista com Daniele, que destacou pontos relevantes, descritos no tópico a seguir.

## 4.2 A secretária

Um pouco assistente, um pouco psicóloga, Daniele Lameira não apenas atende o telefonema de interessados em encontrar relacionamentos, mas é quem tem o contato direto com os ouvintes e seleciona os perfis que serão lidos pelo apresentador no Clube da Amizade. Daniele diz que ela também acaba criando vínculos com alguns ouvintes, que chegam a ligar para agradecer porque encontraram alguém, ou ligam para desabafar.

Uma vez eu cheguei a conversar com uma senhora que ligou, que tava desesperada porque tinha se separado e queria arranjar alguém. Daí, eu disse “calma, não é assim, tudo acontece quando tem que acontecer, entendeu?” Não é “Ah, vou deixar hoje [o perfil] e vou conhecer hoje”, não, tem que ter paciência. Essas coisas têm que ter paciência. Até eu sei que se eu passar por isso eu vou ter que ter paciência, muita paciência (risos). Eu tento passar isso pra eles às vezes, quando alguém quer alguma opinião, eu digo espera mais um pouco, tenta na semana que vem, entendeu? Sempre converso. Pra essa senhora

---

<sup>42</sup> LAMEIRA, Daniele. Daniele Lameira: depoimento [09 de agosto de 2018] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 23min.

eu disse calma, tenha paciência, que acontece tudo na hora certa, e eu vou colocar aqui, vamos tentar. Vamos tentar hoje, passa um dia, e tenta de novo, até conseguir, e depois ela ligou. “E aí, conseguiu? Ah, eu consegui! O fulano, o ciclano, mas aí eu vi que não ia dar certo, eu vou tentar de novo”. A pessoa acaba ligando de novo para tentar de novo. Conseguiu alguém? Não se deu bem? Não tá certo, não gostou? Porque mulher tem disso, né? Aí, liga de novo, ela liga de novo e vamos tentar de novo, e é assim. Tem uma pessoa de Abaetetuba, que sempre ligava pro Clube da Amizade e vinha nos visitar, e acabou ficando uma amizade. E eu fiquei muito feliz porque ela tá bem. Tenho ela no *WhatsApp*, vejo ela postar fotos. E ela sempre diz, “olha, quando eu casar quero tu lá no meu casamento!”. Eu fico muito feliz. (LAMEIRA, 2018).

Segundo Lameira (2018), algumas pessoas já são conhecidas pela quantidade de vezes que buscam o programa para se cadastrar no Clube da Amizade. “Às vezes a pessoa ligou hoje, e liga de novo amanhã, aí passa cinco dias ligando direto. Eu vou anotar tudinho, vou guardar aqui e depois, semana que vem, eu coloco de novo. Para não ficar aquela coisa de todo dia” (LAMEIRA, 2018).

O cadastro no Clube tem um limite diário, estimado de acordo com o tempo que Daniele tem para atender as ligações, anotar os perfis, passar para o locutor e permitir que os ouvintes interessados liguem para a rádio. Todos os dias são selecionados seis homens e seis mulheres, que terão o perfil lido ao vivo durante o programa. Se por algum motivo especial o tempo de duração do Amor Sem Fim for encurtado, o número de perfis também é reduzido, decisão que parte de Lameira em comum acordo com o apresentador. Segundo a secretária, são os homens que mais ligam para deixar os perfis no Clube.

O Amor Sem Fim começa dez horas, dez e meia não tem mais vaga para homem. Aí eles reclamam: “eras, já acabou? Ainda nem vai sair do ar”. “Já, já acabou, só tenho vaga pra mulher”. O homem geralmente liga mais, todo dia, acho que sei lá, é mais aberto, o homem tem mais autonomia de fazer as coisas, a mulher não, ela fica um pouco retraída, “ai, será que eu ligo, o pessoal vai ficar me ligando e tal”. São eles que ligam mais pra fazer o perfil. Para pegar o número a mulher também é muito difícil ligar. Muitas das vezes o Aelson coloca lá, e a maioria é homem, às vezes eu falo “poxa, Aelson, eu não tenho quase mulher, tem duas só”. Aí vai ter muita ligação pra pegar os mesmos números, não vai ter opção. (LAMEIRA, 2018).

Segundo Lameira (2018), anotar o perfil de cada ouvinte exige muita atenção, para que não tenha erro no repasse das informações, tanto nas informações pessoais, como idade e gênero, quanto nas características físicas. Ela ainda dá dicas para os ouvintes terem o perfil lembrado com mais facilidade ou chamar mais atenção de futuros interessados.

Às vezes eu fico em dúvida, aí às vezes até a pessoa fica, principalmente na altura. “Tem certeza que tu tens essa altura?” Eu pergunto, né? Aí, a pessoa diz: Não, mais ou menos. Como assim, mais ou menos? “Ah, é porque eu sou bem baixinha”. Teve uma vez que, nossa, ela tinha 1.10m; nossa, é muito pequena, tem certeza? Aí: ah, não, eu sou assim e assim, do tamanho assim e assim... aí, eu: deve ser mais ou menos 1.50? É mais na altura a dúvida. Na

idade, não, na idade não tem como mentir. Até porque se alguém pegar teu número e for conhecer vai saber, né? A tua idade. Aí o nome às vezes a pessoa não quer se identificar, daí eu digo que ela pode colocar o primeiro nome ou o segundo. Exemplo: ah, o nome é Maria José. Não é Melhor só Maria? Ou Josy? Eu dou opção pra eles colocarem. Colocarem só o primeiro. Mariane? Quer que coloque Mari? Fica bem curtinho, fica melhor pro locutor falar, pra pessoa lembrar. Às vezes eu falo, mas tem uns que falam “não, eu quero que coloque o meu nome mesmo”. Às vezes tem uns que colocam o nome fictício, tipo: “meu nome é Antônia, mas eu não quero Antônia, coloca Michele que é mais bonito” (risos). Tem uns que querem que coloque sobrenome, daí não, não dá pra colocar sobrenome, aí coloco só o primeiro ou só o segundo. (LAMEIRA, 2018).

É a secretária que também precisa interferir quando algum ouvinte reclama que uma ligação não deu certo. Ou quando o programa recebe ligações de pessoas mal intencionadas ou que não estão levando a sério o cadastro no Clube.

Teve uma vez que a ouvinte falou “olha, peguei o número do fulano e fui destrutada”. Aí, tá, eu vou colocar aqui o número e vou verificar. Às vezes eu até ligo e falo “poxa, por que você agiu assim”. Já liguei pra umas duas ou três pessoas, pra ver se não era sacanagem, e eu acabo explicando “olha, é um programa sério, de amizade, tem muita gente que quer fazer amizade, e o negócio é sério, não é pra brincar”. Quando eu vejo que a pessoa já tá ligando muito, já tá de brincadeira, aí eu já sei e corto, já não coloco. (LAMEIRA, 2018).

E por que será que os ouvintes procuram o programa para esses encontros? Para Lameira (2018), o Clube da Amizade atrai pela possibilidade de um ouvinte ouvir a voz do outro, quando eles trocam os contatos. Segundo ela, as pessoas que ligam para o Clube da Amizade gostam de ouvir a voz do outro pelo telefone. É na voz de um futuro pretendente, que está o interesse do público do programa.

A pessoa fala algo assim carinhoso, e às vezes tu nem conheces a outra pessoa, mas tu já gostou da voz, tu se apaixona pela voz, tu se apaixona por aquilo que a pessoa falou e o *WhatsApp* não, às vezes tem pessoas que tem até vergonha de aparecer pelo *WhatsApp*, de se mostrar, porque o *WhatsApp* tu ligou pra alguém, é só colocar lá o número e já aparece a tua foto, às vezes a pessoa não quer nem aparecer, entendeu? Aí, usa o telefone, vou ligar pra pessoa pra saber se a pessoa é legal, entendeu? Eu acho que é isso, o negócio da voz, da conversa mesmo, sabe? (LAMEIRA, 2018).

A voz aqui se apresenta como o diferencial na interação do ouvinte. O ouvinte que ainda telefona para a rádio, que quer conversar, e deixar seu número caso um outro ouvinte tenha interesse. O ouvinte que se apaixona pela voz, e parece ir na contramão do uso de aplicativos. A fala de Lameira nos relembra o que Barthes (1982) falou sobre a relação com uma voz ser forçosamente amorosa. E o programa vem mostrando que é.

### 4.3 O locutor

Além da voz do ouvinte, é a voz do locutor que chama, instiga e inspira os corações apaixonados. O Amor Sem Fim já foi comandado pelos radialistas Marcus Vinicius, Cláudio Black, Barriery Ramon e, atualmente, Aelson Silva, mas também já foi apresentado por outros radialistas, que cobriam as folgas dos locutores principais, como a radialista Heloisa Huhn. Em 1995 o programa recebeu o locutor que iria permanecer à frente do programa por mais tempo: Barriery Ramon<sup>43</sup>.

#### 4.3.1 “Vem curtir Barriery Ramon”

“Eu e você, no Amor Sem Fim/A noite inteira eu vou te amar/Essa voz já conquistou seu coração/Vem curtir Barriery Ramon/Do Amor Sem Fim/Eu quero te amar e te conquistar/Com você eu vou ficar/Curtir esse som do Amor/Sem Fim/Com o Barriery Ramon”. (Jackson é Amor Sem Fim / Luxuoso Jackson e Banda Vênus)<sup>44</sup>

Se o Amor Sem Fim tem 26 anos de existência, a trajetória do radialista se mescla com a do programa. Por isso, para esta pesquisa, fez-se necessário entrevistar o antigo locutor, para que pudesse falar de como foi comandar o programa de 1995 a 2014, o período mais longo de um apresentador do Amor Sem Fim. Em entrevista cedida à autora deste trabalho, Barriery disse ter sido padrinho de casamento de 16 casais de ouvintes durante o período em que foi locutor do programa. Também disse que deu muitos conselhos amorosos e até já viajou para aconselhar dois ouvintes do programa que queriam se divorciar.

Longe do Amor Sem Fim desde 2014 e atualmente comandando um programa de notícias em outra emissora, Ramon (2019) acredita que esse tipo de programação não vai acabar, porque “o romantismo não está no rádio, o romantismo está no coração das pessoas”. O tempo como apresentador do programa lhe rendeu até música<sup>45</sup>, gravada por uma banda de Belém na década de 1990.

As pessoas falam que eu sou o cupido de 45% dos paraenses. Você tem noção? Eu falava em nome de 40 pessoas todos as noites. De segunda a sexta, se você for somar isso, imagina o tanto de pessoas que eu aproximei nesses anos? É só somar pra você ver, é só fazer as contas. (RAMON, 2019).

<sup>43</sup> RAMON, Barriery. Barriery Ramon: depoimento [08 de abril de 2019] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 37 min.

<sup>44</sup> Música gravada pela Banda Vênus, na década de 1990, em homenagem ao programa e ao locutor.

<sup>45</sup> A música “JackSom é Amor Sem Fim” foi gravada pela Banda Vênus, na década de 1990, em homenagem ao programa e ao locutor.

Essas pessoas mencionadas pelo locutor eram as que se cadastravam no Clube da Amizade, que, até a saída do apresentador, recebia vinte nomes no primeiro bloco e vinte no segundo. Os ouvintes cadastrados tinham o perfil lido pelo apresentador, mas alguns também eram selecionados e podiam participar ao vivo do programa, conversando com Barriery, o que lhes garantia mais destaque na hora de receber futuros pretendentes. Todas as noites, três ouvintes conversavam com o apresentador e podiam deixar o número de contato no ar.

Barriery relembra alguns fatos que foram mais marcantes durante essa trajetória, como as comemorações do dia 12 de junho, um evento tradicional do programa. “Nós sorteávamos 15 casais e os levávamos para curtir o Dia dos Namorados em uma churrascaria, com tudo pago pelo programa” (RAMON, 2019). Para o apresentador, teve um Dia dos Namorados que foi ainda mais marcante: o casamento de dois ouvintes do Amor Sem Fim, com transmissão nacional e ao vivo pela TV Bandeirantes. E ele foi padrinho.

Quem fez a reportagem na época foi a Célia Pinho. Foi transmissão ao vivo da Basílica de Nazaré. Foi o casamento do Rodrigo e da Ana Paula, hoje eles moram em Portugal, se conheceram dentro do Amor Sem Fim na 99, e eu fui padrinho de casamento deles. Cheguei de limusine e tudo, lá...isso foi em 2002. Eu já visitei eles lá, me mandaram passagem e tudo. E quando eles voltam a Belém, geralmente no período do Círio, a gente marca de tomar um chop. Agora, eu te pergunto: Você já viu uma transmissão ao vivo, dentro do nosso país, de um programa de rádio, Dia dos Namorados? O único do nosso país chama-se Amor Sem Fim, e o único apresentador do rádio paraense e do Brasil que fez transmissão ao vivo em uma rede nacional chama-se Barriery Ramon. (RAMON, 2019).

Segundo o apresentador, muitos ouvintes ligavam para a rádio só para conversar com ele e pedir conselhos. Uma das lembranças desse período foi quando uma ouvinte do município de Castanhal<sup>46</sup> telefonou para a produção do programa pedindo para conversar com Barriery. Era uma mulher recém-casada e que tinha flagrado uma traição do marido, 15 dias após o matrimônio. O locutor se deslocou no próprio carro para ir conversar com a moça.

Ela me acompanhava toda noite, imagina o apresentador dela falar “não posso”. A mulher já tá morrendo, você vai terminar de matar. Isso não é justo. Justo é fazer como eu fiz: “Cristina<sup>47</sup>, calma. Só me dá hoje à noite. Tu podes almoçar comigo amanhã?”. Aí ela “Como assim?”, eu disse “eu vou aí contigo em Castanhal”. Almocei com ela, depois de três horas procurei ele no trabalho dele, ele chorou pra caramba. Quando deu 18h, reuni os dois num café que teve lá...e consegui dizer pra eles lá que sem mágoa, que eles poderiam ser felizes, como podem, como eles estão felizes. E hoje eles têm dois filhos e eu sou padrinho de um deles. (RAMON, 2019).

<sup>46</sup> Castanhal é um município paraense que fica a 73 km de Belém.

<sup>47</sup> Nome fictício.

Barriery (2019) acredita que o locutor é um pouco psicólogo, um amigo a quem o ouvinte recorre. E que isso precisa ser considerado por quem está no microfone de uma rádio.

Você tem que ser mais do que um amigo, essas pessoas te acompanham seja no rádio ou na televisão porque gostam de você. Agora imagina você falar um “não”? Não é uma questão de conquistar, porque isso você já conquistou. É uma questão de respeito. (RAMON, 2019).

Já sobre a busca do amor a partir do rádio, como ocorre no programa, Ramon (2019) é taxativo: “As pessoas vão continuar buscando o rádio. Continuam e vão continuar sempre. O maior conforto de um ser humano quando tá em casa, no trabalho, ou quando está sozinha ou sozinho, é o rádio”.

#### 4.3.2 “O seu amigo, Aelson Silva”

Desde 2014, com a saída de Barriery Ramon, ainda que tenha permanecido no mesmo horário, o programa semanal é apresentado pelo radialista Aelson Silva, que cobria as férias e licenças do antigo locutor. Em entrevista à autora desde trabalho, Aelson Silva<sup>48</sup> disse que nunca tinha pensado em estar à frente de um programa romântico e que gostava mais de programa dançante. Ele disse que no início chegou a mostrar resistência ao convite, embora hoje em dia entenda que o programa lhe “caiu como uma luva” (SILVA, A. 2018). “Até conversei com nosso diretor e perguntei: eu tenho uma alternativa? Na época eu disse ‘como assim?’ me deixa do jeito que tá! põe outro cara pra fazer o Amor Sem Fim” (SILVA, A. 2018), o que foi negado pelo direto. Ao contrário de Barriery Ramon, Aelson Silva não se considera um bom conselheiro amoroso.

Engraçado que às vezes as pessoas querem conselhos amorosos, e eu não sei dar conselho amoroso! Faço um programa romântico, mas acho que nem eu sou romântico, né? “Ah, me ajuda, o que você acha que eu devo fazer com a tal situação?”. Às vezes jogo um paliativo pra enrolar, mas não sou muito bom em dar conselhos. (SILVA, A. 2018).

Aelson Silva diz que não tem chance do programa acabar, ainda que agora as emissoras estejam mais conectadas.

Eu acho que essa história do rádio nos aproxima muito. Às vezes eu quero ouvir alguém falar o meu nome nas ondas do rádio, quero ouvir alguém contar uma história de que “encontrei uma pessoa assim e assado”, eu vejo por esse

---

<sup>48</sup> SILVA, Aelson. Aelson Silva: depoimento [09 de agosto 2018] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 33min

lado, espero que continue assim. Tem muita gente que pensa que o celular e a facilidade de você ter música no celular iria acabar com o rádio. Eu acho que não. O rádio é ainda esse cara que fala com você, que te informa, que dá a hora, que toca uma música, que conta o nome de quem canta, ainda é isso. Acho que essa “tendência” pra acabar, eu espero que não acabe tão cedo, eu espero que a gente continue, nós, locutores do rádio, a gente continue sendo essa ferramenta do dia a dia na casa das pessoas, em casa, no trabalho, que isso continue assim. E o Amor Sem Fim eu venho fazer com todo carinho do mundo, você não tem ideia, até porque a produção musical é muito fácil, você não tem ideia da felicidade que eu tenho de chegar aqui na rádio 21h30 pra começar a falar às 22h. Ter o carinho do ouvinte, então, pra gente que faz o rádio, isso é maravilhoso. (SILVA, A. 2018).

Na mesma época da mudança de apresentador, o programa também passou por uma reformulação. A seleção musical passou a incluir músicas atuais, ao invés de só *flashback*. “Eu quero apresentar pro ouvinte o que está tocando na atualidade, pro ouvinte da noite, porque às vezes o cara não tem tempo de ouvir a rádio durante o dia, não sabe o que tá tocando de sucesso na rádio” (SILVA, A. 2018).

A gente saiu daquele ritmo *flashback*, aquelas músicas muito românticas. Hoje em dia eu já procuro, conversando com o nosso diretor da 99, trazer mais o que tá tocando na atualidade, tipo o sertanejo, o sertanejo tá em alta em todo o Brasil. O sertanejo romântico eu trouxe pra tocar no Amor Sem Fim porque a gente tava tocando muita música antiga, então fica muito repetitivo aquele *flashback* romântico de todo santo dia. O que foi que eu trouxe? Eu trouxe mais o sertanejo. Eu toco o *flashback*, a maioria das pessoas pede muita música lenta, os *flashback*, mas eu trouxe o sertanejo e mais a música atual romântica pra tocar no Amor Sem Fim. [...] Às vezes eu fujo até um pouco do lado romântico, já vou meio pop, meio romântico, às vezes dou aquela quebrada. (SILVA, A. 2018).

No Amor Sem Fim as transformações não se restringiram apenas ao locutor ou ao número de cadastros no Clube da Amizade, mas na forma de interagir com o ouvinte. Uma das principais mudanças se deu com a inclusão de uma nova forma de participação no programa: o *WhatsApp*.

O programa antigamente a gente começava lendo uma poesia, depois ia pra muita música, mas com o passar do tempo eu resolvi tirar a poesia, que abria o programa, porque sinceramente achava meio meloso demais e o programa tem uma nova cara depois que eu assumi. Já coloquei a participação do ouvinte via *WhatsApp*. O que eu resolvi fazer? Trazer o ouvinte pra mais perto da gente, que é a nossa ferramenta que a gente usa todo dia, o *WhatsApp*. Então ficou mais fácil pra ele mandar um alô do que muitas das vezes usar o telefone convencional, porque hoje em dia o telefone convencional tá bem em baixa, né? Hoje em dia todo mundo tem um celular, em qualquer lugar, o que você estiver fazendo, se você ficar na parada de ônibus tá todo mundo de cabeça baixa no celular. Então eu tive essa ideia de fazer esse programa, com as pessoas mandando mensagem via *WhatsApp* (SILVA, A. 2018).

A inclusão do aplicativo mudou a forma de participação do ouvinte com o programa. Se antes o ouvinte poderia telefonar para a rádio e falar ao vivo com o locutor, essa participação, desta forma, não existe mais. Agora o contato é via *WhatsApp*.

#### 4.4. Amor além dos hertz

Ao longo dos anos, a rádio 99FM vem passando por transformações e adaptações. Em observação exploratória ocorrida em 12 de agosto de 2019 e 10 de setembro de 2019, foi possível verificar que a emissora tem perfis ativos nas mídias sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*. Porém, há diferença entre a atenção dada para as contas.

No contexto de rádio expandido (já comentado anteriormente), as mídias sociais estão completamente inseridas no dia a dia do funcionamento de uma rádio. Kischinhevsky (2016, p. 55) afirma que atualmente é raro encontrar “um programa ou comunicador de emissora AM/FM que não utilize perfis em mídias sociais e serviços de *microblogging* para interagir com os ouvintes”. E que essas mídias muitas vezes chegam a substituir os contatos pelo tradicional telefone fixo.

Muitas mensagens enviadas por esses canais são lidas no ar, como as antigas cartas postadas nos correios. Mas com a vantagem da instantaneidade, pois esses perfis apresentam picos de acesso justamente no horário em que o programa e o comunicador estão no ar (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 55).

Com essas adaptações, Neuberger (2012, p. 10), avalia que os produtores de conteúdo radiofônico precisam se reconfigurar para receber esse novo ouvinte.

O ouvinte, na era da convergência midiática, já nem pode ser definido dessa maneira, pois assume papel ativo na programação de entretenimento e até jornalística, caracterizando-se como co-autor do processo. O ouvinte é participativo/colaborativo e quem não quiser garantir tal interatividade, certamente terá dificuldades para continuar com a sua audiência. Modelos fechados de mídia podem subsistir por mais uma temporada, mas não têm, com certeza, vida longa. (NEUBERGER, 2012, p. 10).

Já Salomão (2003, p. 32) acredita que as emissoras precisam se adaptar a um novo perfil de quem escuta rádio: “O novo receptor exige competências dos meios de comunicação. Ainda faz questão de um veículo ‘companheiro’, mas quer que esse veículo o ajude mais a preparar-se para a guerra do cotidiano”.

Quadros, Bespalhok, Bianchi e Kaseker (2017), lembram que os ouvintes interagem com o veículo desde que eram rádios-sociedade, emprestando discos para auxiliar nas programações das rádios, em troca de um oferecimento musical ou agradecimento no ar. Quadros (2013), em

sua pesquisa de dissertação, intitulada “As redes sociais no radiojornalismo radiofônico: as estratégias interativas pelas rádios Gaúcha e CBN”, esquematizou o seguinte quadro (Quadro 2) para análise sonora, dividido em *Interações nos programas* e *Interação na publicidade*. No quadro estão detalhadas subcategorias, “além de interações não identificadas, quando são incluídas citações em que não foi possível apontar a ferramenta aproveitada” (QUADROS, 2013, p. 128).

Quadro 2 – Categorias, subcategorias, unidades de registro e critérios para análise de conteúdo sonoro

Categoria	Sub Categoria	Unidade de Registro	Crítérios
Interatividade na publicidade	Autopromocionalidade	Interatividade como elemento de promoção do programa/rádio	Menção do termo interatividade como característica de programa ou do emissor, em spots ou vinhetas veiculados nos espaços publicitários
		Divulgação do <i>Facebook</i>	Divulgação dos perfis da rádio no <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , <i>Instagram</i> , <i>Google+</i> ou <i>Youtube</i> salientando a presença da emissora na rede ou destacando-a como ferramenta interativa, em spots ou vinhetas veiculados nos espaços publicitários
		Divulgação do <i>Twitter</i>	
		Divulgação do <i>Instagram</i>	
		Divulgação do <i>Google+</i>	
		Divulgação do <i>Youtube</i>	
Divulgação de outras formas de Interação	Divulgação de outras formas de interação, como telefone, celular, e-mail, site, entre outros, em spots ou vinhetas veiculados nos espaços publicitários		
Interatividade nos programas	Uso do <i>Facebook</i>	Menção à presença no <i>Facebook</i> /divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao <i>Facebook</i> , indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do(s) perfil(is) da emissora
		Leitura das postagens dos ouvintes	Leitura de mensagens enviadas pelos ouvintes por meio do <i>Facebook</i>
		Leitura de outras postagens	Leitura de outras informações identificadas como provenientes do <i>Facebook</i> , que não enviadas por ouvintes
		Outras menções aos <i>Facebook</i>	Outras referências ao <i>Facebook</i>
	Uso do <i>Twitter</i>	Menção à presença no <i>Twitter</i> /divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao <i>Twitter</i> , indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do(s) perfil(is) da emissora
		Leitura das postagens dos ouvintes	Leitura de mensagens enviadas pelos ouvintes por meio do <i>Twitter</i>
		Leitura de outras postagens	Leitura de outras informações identificadas como provenientes do <i>Twitter</i> , que não enviadas por ouvintes
		Outras menções ao <i>Twitter</i>	Outras referências ao <i>Twitter</i>
	Uso do <i>Google+</i>	Menção à presença no <i>Google+</i> /divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao <i>Google+</i> , indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do(s) perfil(is) da emissora
		Leitura das postagens dos ouvintes	Leitura de mensagens enviadas pelos ouvintes por meio do <i>Google+</i>
		Leitura de outras postagens	Leitura de outras informações identificadas como provenientes do <i>Google+</i> , que não enviadas por ouvintes
		Outras menções aos <i>Google+</i>	Outras referências ao <i>Google+</i>
	Uso do <i>Youtube</i>	Menção à presença no <i>Youtube</i> /divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao <i>Youtube</i> , indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do perfil da emissora
		Referência a videoinformações postadas	Referência a conteúdos – vídeos, informações ou comentários – identificados como provenientes do <i>Youtube</i>
		Outras menções ao <i>Youtube</i>	Outras referências ao <i>Youtube</i>
	Outras formas de Interações	Menção à possibilidade de interação via e-mail/Divulgação de e-mail	Divulgação de conta(s) de e-mail para interação com rádio, assim como a menção da possibilidade de interagir de intermédio de e-mail (mesmo que sem a divulgação do endereço)
		Leitura de e-mail enviado pelo ouvinte	Leitura de mensagens enviadas por ouvintes via e-mail
		Menção à possibilidade de interação via telefone/Divulgação do número do telefone para interação	Divulgação de números de telefones para interação com a rádio, assim como a menção da possibilidade de interagir com ligações e torpedos (mesmo que sem a divulgação dos números)
		Leitura de SMS enviado por ouvinte	Leitura de mensagens enviadas por ouvintes via SMS

		Interação de ouvinte via ligação telefônica	Participação do ouvinte ao vivo na programação via ligação telefônica
		Divulgação de programas de mensagem instantânea	Divulgação de endereço para interações via programas de mensagem instantânea
		Leitura de mensagem enviada por ouvinte via programa de mensagem instantânea	Leitura de mensagem enviada por ouvinte via programas de mensagem instantânea
		Menção à possibilidade de interação via site institucional da rádio	Divulgação de endereço do site institucional da emissora
		Leitura de contribuição de ouvintes via site institucional da rádio	Leitura de comentários, notícias ou informações enviadas por ouvintes pelo site da emissora
		Menção à possibilidade de interação via blogs institucionais	Divulgação de blogs institucionais (quando houver a intenção de promover a interatividade mediante estes espaços)
		Leitura de contribuição de ouvintes via blogs	Leitura de comentários, notícias ou informações enviadas por ouvintes pelos blogs da emissora.
		Divulgação de outros canais de interação	Divulgação de outros canais de interação com os ouvintes
		Veiculação de contribuições de ouvintes enviadas por outros canais de interações	Leitura ou veiculação de contribuições de ouvintes enviadas por outros canais de interações que não os mencionados nas unidades de registro anteriores
	Interações não identificadas	Interação sem identificação do ouvinte	Menção ou leitura de comentário ou informação enviada por ouvinte, com a identificação do canal empregado, porém quando o ouvinte não é identificado
		Interação sem identificação do canal utilizado	Menção ou leitura de comentário ou informação enviada por ouvinte, sem a identificação do canal usado, porém quando o ouvinte é identificado
		Interação sem identificação do ouvinte e do canal utilizado	Menção ou leitura de comentário ou informação enviada por ouvinte, sem a identificação do canal utilizado e nem do ouvinte

Fonte: Quadros (2013, p.129)

O quadro desenvolvido pela pesquisadora (QUADROS, 2013) possibilita uma compreensão geral das estratégias da emissora para garantir o envolvimento do ouvinte, de modo intencional, em um cenário de convergência. Analisando a rádio 99FM de acordo com essas categorizações, temos um segundo quadro, adaptado do proposto pela pesquisadora, com a inclusão de duas colunas com “sim” e “não”, que foram marcadas de acordo com a existência daquele tipo de interação na emissora.

Quadro 3 – Categorias, subcategorias, unidades de registro e critérios para análise de conteúdo sonoro (adaptado para a rádio 99FM)

Categoria	Sub Categoria	Unidade de Registro	Critérios	SIM	NÃO
Interatividade na publicidade	Autopromocionalidade	Interatividade como elemento de promoção do programa/rádio	Menção do termo interatividade como característica de programa ou da emissora, em spots ou vinhetas veiculados nos espaços publicitários	X	
		Divulgação do Facebook	Divulgação dos perfis da rádio no Facebook, Twitter, Instagram, Google+ ou Youtube salientando a presença da emissora na rede ou destacando-a como ferramenta interativa, em spots ou vinhetas veiculados nos espaços publicitários	X	
		Divulgação do Twitter			
		Divulgação do Instagram			
		Divulgação do Google+			
		Divulgação do Youtube		X	
	Divulgação de outras formas de Interação	Divulgação de outras formas de interação, como telefone, celular, e-mail, site, entre outros, em spots ou vinhetas veiculados nos espaços publicitários	X		
Interatividade	Uso do Facebook	Menção à presença no Facebook /divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao Facebook, indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do(s) perfil(is) da emissora		X

		Leitura das postagens dos ouvintes	Leitura de mensagens enviadas pelos ouvintes por meio do <i>Facebook</i>		X
		Leitura de outras postagens	Leitura de outras informações identificadas como provenientes do <i>Facebook</i> , que não enviadas por ouvintes		X
		Outras menções aos <i>Facebook</i>	Outras referências ao <i>Facebook</i>		X
	Uso do <i>Twitter</i>	Menção à presença no <i>Twitter</i> /divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao <i>Twitter</i> , indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do(s) perfil(is) da emissora		X
		Leitura das postagens dos ouvintes	Leitura de mensagens enviadas pelos ouvintes por meio do <i>Twitter</i>		X
		Leitura de outras postagens	Leitura de outras informações identificadas como provenientes do <i>Twitter</i> , que não enviadas por ouvintes		X
		Outras menções ao <i>Twitter</i>	Outras referências ao <i>Twitter</i>		X
	Uso do Google+	Menção à presença no Google+/divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao Google+, indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do(s) perfil(is) da emissora		X
		Leitura das postagens dos ouvintes	Leitura de mensagens enviadas pelos ouvintes por meio do Google+		X
		Leitura de outras postagens	Leitura de outras informações identificadas como provenientes do Google+, que não enviadas por ouvintes		X
		Outras menções aos Google+	Outras referências ao Goggle+		X
	Uso do Youtube	Menção à presença no Youtube/divulgação do(s) perfil(is)	Menção ao Youtube, indicando a presença da rádio na rede e/ou divulgação do perfil da emissora		X
		Referência a videoinformações postadas	Referência a conteúdos – vídeos, informações ou comentários – identificados como provenientes do Youtube		X
		Outras menções ao Youtube	Outras referências ao Youtube		X
	Outras formas de Interações	Menção à possibilidade de interação via e-mail/Divulgação de e-mail	Divulgação de conta(s) de e-mail para interação com rádio, assim como a menção da possibilidade de interagir de intermédio de e-mail (mesmo que sem a divulgação do endereço)	X	
		Leitura de e-mail enviado pelo ouvinte	Leitura de mensagens enviadas por ouvintes via e-mail		X
		Menção à possibilidade de interação via telefone/Divulgação do número do telefone para interação	Divulgação de números de telefones para interação com a rádio, assim como a menção da possibilidade de interagir com ligações e torpedos (mesmo que sem a divulgação dos números)	X	
		Leitura de SMS enviado por ouvinte	Leitura de mensagens enviadas por ouvintes via SMS	X	
		Interação de ouvinte via ligação telefônica	Participação do ouvinte ao vivo na programação via ligação telefônica		X
		Divulgação de programas de mensagem instantânea	Divulgação de endereço para interações via programas de mensagem instantânea	X	
		Leitura de mensagem enviada por ouvinte via programa de mensagem instantânea	Leitura de mensagens enviadas por ouvintes via programas de mensagem instantânea	X	
		Menção à possibilidade de interação via site institucional da rádio	Divulgação de endereço do site institucional da emissora	X	
		Leitura de contribuição de ouvintes via site institucional da rádio	Leitura de comentários, notícias ou informações enviadas por ouvintes pelo site da emissora		X
		Menção à possibilidade de interação via blogs institucionais	Divulgação de blogs institucionais (quando houver a intenção de promover a interatividade mediante estes espaços)		X
		Leitura de contribuição de ouvintes via blogs	Leitura de comentários, notícias ou informações enviadas por ouvintes pelos blogs da emissora.		X
		Divulgação de outros canais de interação	Divulgação de outros canais de interação com os ouvintes	X	
		Veiculação de contribuições de ouvintes enviadas por outros canais de interações	Leitura ou veiculação de contribuições de ouvintes enviadas por outros canais de interações que não os mencionados nas unidades de registro anteriores	X	
	Interações não identificadas	Interação sem identificação do ouvinte	Menção ou leitura de comentário ou informação enviada por ouvinte, com a identificação do canal empregado, porém quando o ouvinte não é identificado		X

	Interação sem identificação do canal utilizado	Menção ou leitura de comentário ou informação enviada por ouvinte, sem a identificação do canal usado, porém quando o ouvinte é identificado		X
	Interação sem identificação do ouvinte e do canal utilizado	Menção ou leitura de comentário ou informação enviada por ouvinte, sem a identificação do canal utilizado e nem do ouvinte		X

Fonte: Adaptado pela autora com referência em Quadros (2013, p.129)

A partir da observação com o auxílio do uso do quadro, é possível compreender como as mídias sociais da rádio 99FM são utilizadas para interação com o ouvinte. Várias categorias listadas por Quadros (2013) não foram assinaladas como existentes durante escuta da programação da emissora para preenchimento do quadro, o que ocorreu de 04 a 10 de setembro de 2019.

O *Facebook* da rádio 99FM tinha 22.092 seguidores em 10 de setembro de 2019. As publicações diárias são sobre os horários dos programas, ações promocionais da emissora, assim como fotos e alguns vídeos de locutores. Mas a criação de conteúdo próprio se encerra aí. O maior número de postagens diárias, entretanto, é sobre notícias voltadas a entretenimento, com *links* diretos para o portal de notícias do grupo RBA, o Diário *OnLine*, onde as matérias são originalmente postadas. Já transmissões ao vivo (*lives*) e pequenos informes ou fotos são compartilhadas dos perfis pessoais dos locutores.

No *Twitter*, a conta @99\_fm existe desde julho de 2009, e em 10 de setembro de 2019, data da última verificação do perfil, o perfil somava 13 mil seguidores e 20, 5 mil tweets. O conteúdo replica os mesmos links de notícias postadas no *Facebook* da emissora. Os tweets possuem pouca ou nenhuma curtida, compartilhamento ou interação com os seguidores.

Já no *Instagram* é diferente. Ao escutar a rádio, é possível perceber a quantidade de vezes em que é anunciado o perfil da emissora nessa mídia social em específico. A cada intervalo dos programas é possível ouvir *jingles* convidando o ouvinte a acessar o *Instagram* e ficar conectado com a rádio. Em 10 de setembro de 2019 havia 24,3 mil seguidores. Nesta data, o perfil @radio99fmbelem contava com 1.273 publicações, entre fotos com cantores que estiveram na rádio lançando músicas ou participando ao vivo, ações promocionais, ouvintes que visitaram a rádio e vídeos dos locutores. Nas postagens, os locutores da rádio sempre são mencionados, o que torna possível identificá-los e seguir suas contas particulares nas redes, ou pedir para segui-los, já que algumas contas são privadas. Há também vídeos de anúncios e de patrocinadores, e, ao contrário do perfil da rádio no *Facebook*, no *Instagram* todas as postagens possuem a utilização da *hashtags*.

Com a implantação do *WhatsApp* na rádio, os ouvintes mandam mensagens, áudios e informações direcionadas aos locutores ou respondendo a perguntas feitas por eles durante a transmissão, como pedidos de endereço, informações sobre o trânsito, dentre outras<sup>49</sup>. Esse tipo de interação entre programa/locutor/ouvinte segue uma tendência nas emissoras de rádio desde 2013<sup>50</sup>, conforme explica Kischinhevsky (2016, p. 55):

A partir de 2013, passou-se a adotar também, de modo complementar, aplicativos de telefonia móvel como o sistema de mensagens instantâneas gratuito *WhatsApp*, que possibilitam a formação, por meio do cadastro, de uma rede de ouvintes claramente identificáveis, que podem não apenas opinar sobre temas do momento, mas também colaborar com a produção jornalística, prestando informações voluntariamente ou auxiliando na circulação de conteúdos veiculados *online e offline*. (KISCHINHEVSKY, 2016, p.55).

Kobara (2019) disse não recordar da data de implantação do uso do *WhatsApp* na rádio, mas lembra que não teve teste, foi uma ferramenta inserida para uso em todos os programas de uma vez, transformações e adaptações necessárias, como já escreveu Prata (2003), sobre a radiomorfose.

O *WhatsApp* é uma ferramenta que veio de uma maneira, assim, pra dominar. O *WhatsApp* existe praticamente em todos os veículos de comunicação hoje em dia, então a rádio tem o seu próprio *WhatsApp* usado na programação da emissora inteira. [...] É uma ferramenta a mais, que não veio pra competir com a rádio, ele vem pra auxiliar a rádio, então o *WhatsApp* nos auxilia muito nisso aí. A gente implantou a partir do momento em que a gente percebeu que a ferramenta era algo que praticamente 90% das pessoas que têm celular usam. Então a gente percebeu “pô, se todo mundo usa, a gente não pode ficar fora disso”. (KOBARA, 2019).

No programa Amor Sem Fim há um diferencial com relação ao uso do *WhatsApp*. Se em todos os outros programas da emissora o número divulgado para contato é o *WhatsApp* institucional (o mesmo para todos os programas), no Amor Sem Fim há um contato a mais, que é o número do próprio locutor do programa, divulgado por ele durante a transmissão. A experiência de fornecer o contato pessoal para os ouvintes foi percebida com estranhamento pelos amigos da rádio, mas foi encarada de forma positiva pelos ouvintes.

Muita gente pensou “égua, tu és maluco de dar teu número pra todo mundo”. Não, eu fiz uma experiência. Por incrível que pareça, as pessoas respeitam muito esse número, lógico que tem umas que tiram uma graça, tem umas que tiram confiança, mas as pessoas respeitam porque depende muito de como você trata as pessoas. Se você der uma brecha, logicamente que o povo vai

<sup>49</sup> Dados coletados durante a escuta da programação da emissora.

<sup>50</sup> Informações coletadas por Kischinhevsky (2016, p. 55) em 2013, ao verificar que as emissoras de rádio pioneiras no Brasil a usarem o *WhatsApp* foram a CBN, do sistema Globo de rádio, e a Band News FM.

entrar nesse caminho. Mas não, hoje em dia as pessoas me respeitam muito, não tiram graça [...] A minha esposa entende muito bem. Essa aqui é minha ferramenta de trabalho. E eu acho assim: quando eu dei meu número eu me tornei mais próximo das pessoas. A ideia foi dizer “eu sou teu amigo”, a gente tá aqui trocando ideia no dia a dia, muitas das vezes as pessoas conversam comigo assuntos pessoais, via *WhatsApp*. É assim que eu vejo os ouvintes, como meus amigos, como as pessoas que dividem o meu dia a dia e não como “ah, porque o Aelson é locutor de rádio”. Já me disseram “tu não deveria ter dado o número, porque isso é uma loucura, vão te encher o saco”. Não, pelo contrário. (SILVA, 2018).

Ao contrário do contato institucional da rádio, cuja foto de perfil é a logo da rádio 99FM, o número do locutor não traz referência ao programa ou à emissora. A foto de perfil é do Aelson Silva, somente. Outra diferença é que o locutor não ouve e nem divulga áudios enviados por ouvintes e explica isso durante a transmissão ao vivo do programa e nas interações com os ouvintes, pois diz que iria demandar muito tempo e poderia atrapalhar o andamento do programa.

Quadros (2013) propõe uma categorização das interações ocorridas no rádio e suas novas plataformas, e, sem deixar de lado as cartas e telefonemas de ouvintes, propõe um olhar sobre a natureza da comunicação. Segundo a autora, o ingresso do rádio no meio online e sua apropriação pelas tecnologias favorece “a disponibilização de múltiplas opções para que o ouvinte possa se manifestar e até mesmo buscar interferir na comunicação radiofônica” (QUADROS, 2013, p. 86) e diferencia participação de interatividade.

Quadro 4 – Tipos de interação e participação do ouvinte em cenário de convergência.

Tipos de interação		Descrição
Interatividade	Dialógica simples	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>sem</b> interferência identificada no conteúdo sonoro
	Dialógica ampliada	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>com</b> interferência identificada no conteúdo sonoro
	Dialógica imediata	Trocas comunicacionais entre rádio e ouvinte que se dão de forma <b>pública com</b> interferência <b>ao vivo</b> na programação sonora
	Reacional simples	Resposta do ouvinte para iniciativas “interativas” da rádio de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>sem</b> interferência identificada no conteúdo sonoro
	Reacional ampliada	Resposta do ouvinte para iniciativas “interativas” da rádio de forma <b>pública ou privada</b> , em plataformas que não a sonora, <b>com</b> interferência identificada no conteúdo sonoro
Participação	Espontânea simples	Manifestação espontâneas e isoladas do ouvinte com a rádio, de forma <b>pública ou privada</b> , sem interferência identificada no conteúdo sonoro

	Espontânea ampliada	Manifestação espontâneas e isoladas do ouvinte com a rádio, de forma <b>pública ou privada, com interferência identificada no conteúdo sonoro</b>
--	---------------------	---

Fonte: QUADROS (2013, p. 86).

Com base no quadro, podemos perceber a interatividade do ouvinte no programa Amor Sem Fim ocorre de forma dialógica imediata e reacional ampliada, com participação espontânea simples e ampliada também. Mas não apenas isso.

O contato com o ouvinte, limitado ao *WhatsApp*, desenvolveu uma outra forma de interação, que extrapolou as fronteiras do *dial* e que ocorre independentemente do programa. Com a inclusão do *WhatsApp* na rádio, os ouvintes passaram a criar e participar de grupos específicos no aplicativo, formados apenas por aqueles que escutam o Amor Sem Fim. São pessoas que se reuniram por ter afinidade tanto com a programação, quanto com o locutor. Há pelo menos cinco grupos mais conhecidos de ouvintes do programa: A “galera 100% Aelson Silva”, “As seguidoras do Aelson”, “Aelsinhas”, o “Clube da Amizade” e o “Amigos do Aelson”.

Na categorização proposta por Quadros (2013) ainda não estão incluídas essas interações ouvinte-ouvinte, por isso, com base nas observações de campo desta pesquisa e nas contribuições aos estudos de mídia sonora, propomos uma inclusão da categoria no quadro criado pela autora. Para compreender essas interações e as relações estabelecidas nessas interações foi necessário iniciar uma observação participante em um dos grupos, de modo que fosse possível entender como as interações ocorrem no dia a dia. A escolha foi pelo grupo Amigos do Aelson, pelos seguintes motivos: o grupo foi criado um ano após a inclusão do *WhatsApp* na rádio e um dos mais antigos que permanecem em atividade; em pesquisa exploratória, durante a escuta da rádio, percebi que era o único grupo mencionado pelo locutor durante a transmissão do programa; o locutor participa do grupo, embora não seja um administrador. Desta forma, no dia 19 de dezembro de 2018, identificada como pesquisadora, fui incluída no Amigos do Aelson por uma das administradoras.

#### 4.5 Mais que ouvintes – os “amigos do Aelson”

“O meu grupo é pra isso, para as pessoas se conhecerem. Já se formaram famílias aqui” (LÚCIA, 2018) <sup>51</sup>. É assim que Lúcia, criadora do “Amigos do Aelson Silva”, define a importância do grupo de *WhatsApp* para os ouvintes. Criado em maio de 2015, o “Amigos do

<sup>51</sup> LÚCIA. Depoimento 1. [19 de dezembro de 2018]. Depoimento concedido à Vanessa Monteiro em Belém, Pará.

Aelson” possui entre 60 e 70 participantes, número estimado, pois sempre há adições ou saídas de integrantes. No grupo, só são adicionados aqueles que pedem ao locutor, ao vivo, na rádio, ou os que possuem afinidade com o programa e indicados por integrantes. Há regras específicas que precisam ser seguidas por quem deseja permanecer no “Amigos do Aelson” (Quadro 5). Essas informações estão fixadas na descrição do grupo.

Quadro 5 - Lista de regras criadas pelos administradores do grupo Amigos do Aelson.

<b>Regras do gp Amigos do Aelson</b>
Proibido postar qualquer tipo de vídeo ou fotos de peças íntimas
Proibido postar vídeo de violência ou assassinato
Proibido qualquer tipo de pornografia (exclusão imediata)
É proibida apologia às drogas ou ao crime
Todos devem respeitar as religiões e seus times de futebol
Todos os integrantes devem respeitar uns aos outros
Não vá no PV dos integrantes sem autorização
O GP é musical
Qualquer dúvida chamar algum ADM online

Fonte: Informações da pesquisa a partir de dados disponibilizados no grupo “Amigos do Aelson”, elaborado pela autora

Até o início de 2019, sempre que um novo integrante era adicionado, um comentário com as regras era postado por um administrador logo em seguida, para que o novo membro ficasse ciente do funcionamento do grupo. Nesse período as regras incluíam também “Seja um membro ativo, pois se ficar na moita será removido” (uma forma de estimular a interação); “Quem tiver atos racistas estará fora do grupo sem direito de defesa”; “Proibido mudar o nome e o ícone do grupo, pois esta é nossa identidade”; “Proibido qualquer tipo de corrente”, “Proibido divulgação de outros grupos” e “Proibido qualquer desavença com qualquer membro do grupo”<sup>52</sup>.

Entre as principais regras também estão as proibições relativas ao envio de fotos e vídeos de sunga e biquíni, assim como de vídeos pornográficos. Discussões sobre futebol e política também não são aceitas.

Política, futebol e religião, cada um tem o seu, e é por conta disso que é uma das regras do grupo. Vai discutir sobre futebol? Cada um torce pro time que quer. Político, cada um tem a sua opinião dos políticos, e religião cada um tem a sua, por isso a gente resolveu colocar como regras do grupo. (LÚCIA, 2018).

No Amigos do Aelson, além de comentários diários sobre músicas (especialmente as tocadas na hora do programa), astrologia, comida, o que estão fazendo naquele momento e

<sup>52</sup> Dados obtidos a partir da observação no grupo, no período da pesquisa.

acontecimentos diários, os diálogos também permeiam relatos de encontros e desencontros amorosos, alguns flertes e conselhos. No decorrer dessas interações, alguns laços se fortaleceram, como a amizade entre Lúcia e Luísa<sup>53</sup>.

Conheci a Luísa no grupo e ficamos amigas. Quando tive meu filho precisei me afastar um pouco do grupo, então ele passou a ser administrado conjuntamente pela Luísa e pela Mariana<sup>54</sup>. Desenvolvi um laço de amizade tão forte com a Luísa que hoje ela e o marido, que também faz parte do grupo, são padrinhos do meu filho. (LÚCIA, 2018).

Luísa, além de ter estabelecido um laço de amizade com Lúcia, também se tornou amiga pessoal do locutor do programa<sup>55</sup>.

A Luísa é uma ouvinte que eu tive uma afinidade muito grande, até porque ela perguntava: “Aelson, o que você gosta de comer?”. Ela sabe que eu adoro frango guisado com batata. E toda semana a gente almoçava aqui na rádio, foi assim durante anos, ela trazia pra gente. “Aelson vou levar almoço pra ti” e vinha ela e o marido, aí já trazia ele e já fazia a farra. Na minha foto de perfil [no *WhatsApp*] tem eu e a Garota, que é a minha cachorrinha. Foi ela [a Luísa] que me deu de presente, antes de eu sair de férias. Eu tenho uma relação bem mais próxima com alguns ouvintes, com algumas pessoas do grupo. (SILVA, 2018).

As relações afetivas desenvolvidas por Luísa não pararam nas amizades com integrantes do grupo e com o locutor. Foi no grupo “Amigos do Aelson” que a ouvinte encontrou seu atual marido, o também ouvinte Rodrigo<sup>56</sup>. Em um relacionamento estável há dois anos, o casal é apenas um dos que se formaram a partir do grupo no *WhatsApp*. Ambos escutam o Amor Sem Fim todos os dias e participam ativamente do programa, mandando recados, pedindo música e visitando o locutor na rádio.

Esses vínculos, estabelecidos em mídias sociais, podem ser classificados com as mesmas definições usadas por Recuero (2005), que chama as interações ocorridas em mídias sociais de *laços sociais*, um conjunto de elementos e suas conexões que ligam as pessoas por meio de suas interações. Segundo a autora, esses laços também podem se transformar durante os processos de interação, como por exemplo, laços fracos podem se tornar fortes se a interação for contínua, como ocorreu com Lúcia. Luísa e Rodrigo, além do laço com o locutor.

Recuero (2005) faz um apanhado de vários autores, como Granovetter (1973) e Wellman (1997), que compartilham da mesma teoria, exemplificando-a. Na concepção dos autores, laços

<sup>53</sup> LUÍSA. Depoimento 02. [12 de Abril de 2019]. Entrevista concedida à Vanessa Monteiro. Belém, PA.

<sup>54</sup> Nome fictício de integrante do grupo.

<sup>55</sup> SILVA, Aelson. Alson Silva: depoimento [09 de agosto de 2018] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 33min

<sup>56</sup> Nome fictício de integrante do grupo.

fortes se caracterizariam pela intimidade, com trocas sociais mais amplas, são menos instáveis. Já os laços fracos seriam imediatistas, mudam muito rápido. A autora também retoma o que disseram Degenne e Forsé (1999), ao apresentaram a ideia de laços multiplexos, quando são constituídos de variados tipos de relações sociais ou “quando um grupo de colegas que interage não apenas no ambiente de trabalho, mas também em eventos de lazer” (RECUERO, 2005, p.07).

É o que ocorre no Amigos do Aelson. Desde a fundação do grupo, os integrantes passaram a promover encontros presenciais, primeiro em suas próprias casas, depois em ambientes públicos como shoppings, restaurantes e clubes. Eles também organizam festas de aniversário para o locutor, que por sua vez sempre confirma presença nos eventos.

Esse é um dos diferenciais do grupo: eles não interagem somente pelo *WhatsApp*, mas também realizam encontros, sempre com a presença do locutor. Os vínculos estabelecidos pelos ouvintes ultrapassam as fronteiras do *dial* e da internet e vêm se configurando como um importante dado de observação para esta pesquisa. No grupo eles brigam, flertam, perguntam sobre a família de cada um, mandam áudios, fazem convites para churrascos e bares, cinemas e viagens de férias. Costumam se irritar, sair do grupo e depois voltar e fazer as pazes. Compartilham *looks* do dia, relembram os momentos dos encontros presenciais e costumam mandar muitos emojis e figurinhas. Alguns ouvintes, criaram esses símbolos personalizados sobre o programa.

Figura 4 – Emojis do Amor Sem Fim



Fonte: Grupo de *WhatsApp* Amigos do Aelson.

Essas figurinhas específicas sobre o programa são compartilhadas geralmente durante a transmissão do Amor Sem Fim, por alguns ouvintes em específico, mas não são costumeiramente utilizadas por todos os integrantes.

Embora eu me mantenha apenas observando as interações, também sou integrante do grupo e os administradores e demais ouvintes são cientes da minha presença. Por isso fui convidada para um dos encontros presenciais realizados por eles, o aniversário de quatro anos do “Amigos do Aelson”. Lá pude tive a oportunidade de conhecer pessoalmente algumas dos ouvintes que mais interagem durante as conversas no *WhatsApp* e eles também puderam me fazer perguntas sobre o interesse que tenho em observar o que conversam. Essa observação e as entrevistas estão descritas no tópico a seguir.

## 5 UM OUVINTE ME DISSE – ENCONTROS E DESENCONTROS. UMA ANÁLISE A PARTIR DA OBSERVAÇÃO E DAS ENTREVISTAS COM OUVINTES

Desde o início deste trabalho, ainda como projeto, a intenção sempre foi de conversar com os ouvintes, observá-los, compreendê-los. Tendo em mente o objetivo desta pesquisa, foi preciso mapear as formas de interações manifestadas por eles, e que possibilitam a criação desses afetos.

Os ouvintes apresentam todas as formas de interação descritas por Thompson (1999), em sua teoria interacional da mídia. Quando promovem os encontros presenciais ou visitam em específico o locutor do programa na emissora, ocorre a interação face-a-face, com os ouvintes em mesmo ambiente. Quando eles ligam para o Amor Sem Fim, conversam com a secretária e participam do Clube da Amizade, é possível perceber a interação mediada pelo programa. Quando escutam o Amor Sem Fim, sem participar ou ter qualquer interferência na programação, estamos diante da interação quase-mediada. E por fim, quando mandam mensagens ao vivo para o programa e essas mensagens são lidas pelo apresentador, e ao mesmo tempo são realizadas postagens no grupo e os diálogos são entremeados pela tecnologia do computador/celular, podemos considerar uma relação mediada por computador. E todas essas interações por vezes ocorrem simultaneamente e não são excludentes, o que é uma característica interacional já pontuada nos estudos do autor.

No decorrer da pesquisa exploratória foi observado que um dos modos possíveis de aproximação com os ouvintes era a partir do grupo de *WhatsApp*. A inclusão da autora desta pesquisa no grupo ocorreu a partir de um pedido do locutor, que entrou em contato com a ouvinte Luísa, administradora do grupo. Como já foi dito anteriormente, desde a entrada no Amigos do Aelson, a identificação da autora no grupo ocorreu em três momentos: durante a entrada, após o encontro de aniversário do Amigos do Aelson, e durante a solicitação de entrevistas para a pesquisa. Por 12 meses, as conversas no grupo foram observadas diariamente. Nesse período, o grupo teve encontros, desencontros, e até uma tentativa de acabar com o Amigos do Aelson, mas que se mostrou infrutífera diante da resistência da maioria dos integrantes.

Essa observação empírica permitiu um melhor entendimento sobre o funcionamento geral do grupo, as características dos participantes e várias anotações em campo. Com isso, foram observadas as várias formas de interação entre eles, assim como o laço que os une ao programa e ao locutor, mas mantendo, pelo *WhatsApp*, a independência com que se relacionam para além do programa.

O *corpus* que constitui esta análise inclui o período de observação no grupo, o dia do encontro do Amigos do Aelson e as entrevistas com ouvintes. Primeiro foi feita a coleta do material textual, exportando a conversa do Amigos do Aelson. Isso ocorreu graças à uma funcionalidade do *WhatsApp*, que permite que todo o conteúdo textual compartilhado no grupo seja salvo no formato txt. O arquivo foi então lido e, a partir dessa leitura, foram retirados quais os assuntos, temas, ou palavras-chave, identificados durante as interações, poderiam ajudar a responder ao objetivo e às questões de partida desta pesquisa. Mas não bastava apenas observá-los, era preciso ouvi-los. Essas experiências estão descritas a seguir.

### 5.1 “Bem vinda ao grupo” – a experiência da observação

A observação no Amigos do Aelson ocorreu de 19 de dezembro de 2018 a 19 de dezembro de 2020, com a autorização dos administradores do grupo e a identificação da pesquisadora. O período de um ano foi considerado suficiente para que fosse possível conhecer a dinâmica do grupo, seus principais sujeitos e interações. No período observado, foi possível estabelecer sete temas, que emergiram a partir das interações. São eles:

- a) cotidiano (receitas, trânsito, notícias, acontecimentos);
- b) assuntos particulares (filhos, falecimentos, doenças, acidentes, crenças);
- c) romance (flertes, cantadas, desabafos, insinuações);
- d) o programa (músicas, locutor, recados);
- e) memória (família, lembranças de assuntos vividos pelos participantes);
- f) conflitos (discussões, desentendimentos);
- g) datas comemorativas (aniversários, natal, dia das mães).

A exportação do arquivo de txt para Word originou 7.366 páginas. Por se tratar de um material denso e um período longo de observação, foi feito um recorte. No recorte foram selecionados três meses para análise, correspondentes aos meses de dezembro/2018; maio/2019; outubro/2019. Os meses foram escolhidos por serem os mais representativos, ao contemplarem todos os temas que emergiram durante as observações e a leitura atenta das interações.

Como a exportação da conversa ocorreu em formato somente textual, outras formas de conversação foram perdidas, como as figurinhas, os emojis, os gifs e os áudios. Esses formatos não podem ser ignorados, pois correspondem a formas de interação não verbal. Barbosa (2016, p.77) explica que, no *WhatsApp*, se economizam palavras buscando elementos visuais que possam expressar sentimentos: “Os emoticons e sinais gráficos materializam na tela do celular

comportamentos e emoções que seriam facilmente percebidos se a conversa ocorresse presencialmente”.

Por isso, foi necessário mapear e depois procurar por essas interações específicas no grupo, a partir do mecanismo de busca do *WhatsApp*, para confirmar se esse tipo de informação estava faltando no material selecionado. Com o arquivo completo em mãos, começou a ser feita à análise do que emergiu das interações. O conteúdo abaixo está dividido em subtítulos de acordo com as sete categorias (temas) observadas nos três meses recortados do grupo. As conversas são citadas como “Conversa 1”, “Conversa 2” e assim sucessivamente, em ordem crescente dentro de cada categoria. Os participantes serão identificados por “P1”, P2”, e assim sucessivamente. Em alguns trechos das conversas reproduzidas foram editadas palavras em que a grafia estava incorreta e dificultavam a compreensão.

#### 5.1.1 Cotidiano (receitas, trânsito, notícias, acontecimentos)

É comum que os participantes perguntem e informem sobre o trânsito, alagamentos, se está chovendo ou como está o clima em determinados locais da cidade, ou municípios, já que há pessoas no grupo que trabalham viajando pelo Pará ou moram em outras cidades. Também costumam comentar sobre notícias (especialmente acidentes e crimes), onde está ocorrendo assistência social e também divulgam *fake news* (que são replicadas ou contestadas pelos membros).

Os ouvintes compartilham pequenos desabafos cotidianos, pedem e fornecem dicas sobre atividades diárias, como “onde eu compro um açaí do bom?” e “a carne está muito cara”.

[Conversa 1]

- Pessoal cuidado na hora de tomar açaí [P1]
- Hoje foi encontrado no bairro do Guamá açaí contaminado no meio ainda tinha um escorpião [P1]
- Tem que comprar açaí, Eliezer\*, em estabelecimento credenciado [P2]

#### 5.1.2 Assuntos particulares (filhos, falecimentos, doenças, acidentes, crenças)

Diariamente o número de interações tem uma redução no período entre 01h às 04h. É nesse horário que alguns participantes estão deixando o trabalho, ou acordando para ir ao trabalho. Os “bom dia, grupo!” e os bom dia personalizados, ou individualizados (destinados a ouvintes específicos) ocorrem diariamente, algumas vezes com emojis e figurinhas.

Como eles mantêm contato no grupo e também de forma privada, quando algum integrante está interagindo pouco ou sai do grupo, um ouvinte que é mais íntimo dele geralmente sabe o motivo da ausência ou diz ao grupo que vai conversar pessoalmente com ele para saber o que houve. Os participantes também postam fotos de seus filhos, e recebem mensagens com “como ele está grande!”, “ela parece tua irmã”, “eu só faço filho bonito”. Durante as conversas eles também perguntam sobre a saúde da família dos membros do grupo, quando sabem que estão doentes, internados ou passando por alguma dificuldade. E sugerem dicas de remédios ou contam casos parecidos. Em uma dessas interações o falecimento de uma antiga participante do grupo foi informado por um membro.

[Conversa 2]

- Estou Bem de Saúde [P3]

- Mas triste nos pensamentos, no coração. Heline\* se foi, e por isso triste aqui estou tentando inutilmente entender certos acontecimentos da vida e um desses acontecimentos e este 😊. Ainda não consegui fazer nada a não ser comprar o Pão na mesma padaria que ela ia e tomar café pensando nela 😞 [P3]

- Pessoal hoje ficarei ausente sem muitas palavras 😞 até Amanhã 🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌🍌 [P3]

- É assim mesmo Cleber, temos que viver o hoje ñ sabemos a hora de ir embora e deixar a família e amigos 😞😞❤ [P4]

[Texto suprimido por ter dados pessoais e endereços de ouvintes]

- Lamentável amigo 😞

Heline tinha um bom coração, dedicada a família e uma filha exemplar.

Eu sempre dizia a Heline, te cuida vc tá tão cansada, tão esgotada pensa mais em vc.

Encontrava com ela sempre no supermercado e via muito triste e abatida.

Minha solidariedade à família e amigos. [P5]

[...]

- Não lembro dela, tem foto dela? [P6]

- Meus sentimentos à família e que deus em toda sua infinita bondade abrande o coração de todos da família [P7]

[Texto suprimido por identificar ouvintes a partir de apelidos]

- Minha nossa uma pessoa tão jovem, lamento muito pela perda!!!!; [P8]

- Sem acreditar 😞 [P8]

Na conversa acima e na observação empírica foi possível notar que não há menção, dentro do grupo, a outra religião que não seja a cristã. Os comentários sobre felicitações, desejos de melhora (em caso de doença), alegria, alívio, tristeza são permeados por menções à fé cristã, como “Graças a Deus”, “Eu creio”, “Se Deus quiser vai dar tudo certo”, “Deus vai lhe ajudar”, “Vamos orar pra que isso aconteça”, “que Deus esteja na frente”. Se há membros de outras religiões, essas pessoas não se manifestam no grupo. Assim como não há comentários de ateus ou agnósticos.

[Conversa 3]

- Vc está melhor? [P9]
- Um pouco [P10]
- Obrigado pela preocupação 🙄❤️🌹 [P10]
- Só com dores no corpo ainda 😊👍 [P10]
- Mais vai passar [P9]

[Conversa 4]

- Poxa meu filho ja passou por isso, é difícil mesmo, mas ele vai ficar bem querida 🙏 [P9]
- Melhoras para o seu filho, que o Senhor Jesus lhe conceda logo a saúde dele. Fiquem com Deus se precisar de algo e eu puder ajudar 🙏 [P12]

### 5.1.3 Romance (flertes, desabafos, insinuações)

O grupo mantém a atmosfera romântica do Amor Sem Fim, seja postando músicas da mesma linha do programa (e dedicando essas músicas a membros do grupo ou “a alguém especial”), seja com flertes, insinuações sobre interesses e quem está solteiro no grupo. Ou ainda desabafos sobre desilusões amorosas.

[Conversa 5]:

- Meu coração tá assim ❤️❤️❤️❤️ [P13]
- O meu também ❤️ [P14]
- Meu também ❤️❤️ [P15]
- Confiei e me machuquei de novo [P14]
- Sempre e assim 🤔 [P15]
- Nem tudo que reluz é ouro [P15]
- Eu amo uma pessoa, mas só levo na cara desprezo e agressões verbais, ajudo tanto essa pessoa, faço de tudo por ela, agrado e no fundo eu que não presto 🤔😞 [P14]
- E verdade mais não gosto que minta pra mim [P15]
- Quem dera se aparecesse um desse pra mim [P15]
- Tem umas que tem e não valorizam [P13]
- Hum. Não suporto mentiras [P14]
- É porque vc está olhando pro lado errado, temos que valorizar quem nos valorizar [P13]
- Quem sabe um dia não perca as esperanças, tem muitas pessoas nesse mundo boas [P15]
- boa noite [P16]
- Verdade [P15]
- Boa noite [P15]
- Vc tem, é vc que não enxerga kkkk [P13]
- 😞 [P13]
- Isso mesmo, mas amo demais ela e isso tudo dói [P14]
- E que a maioria quer aparência e esquece que mulher é conteúdo [P13]
- Boa noite gp [P17]
- Cara, não sei mais de nada, só sei que estou sofrendo por uma pessoa que não me dá valor [P14]
- É assim mesmo a vida [P13]
- Então parte pra outra e procure uma pessoa que te dê valor de verdade [P13]
- Boa noite [P15]
- Só sei que amanhã vou me inscrever no Clube da Amizade [P14]

Nessa interação é possível perceber três ouvintes falando sobre suas decepções amorosas, e enquanto um deles tenta animar o amigo sobre as possibilidades que ele não percebe, outro garante que no dia seguinte procuraria o Clube da Amizade. Isso mostra que a possibilidade de encontrar um romance pela rádio não é descartada por quem está no grupo e a influência que o quadro tem para o ouvinte em questão.

[Conversa 6]

- Quem quer amizade comigo zero preconceito [P17]
- Eu falei boa noite, Liv\* [P12]
- Boa noite [P17]
- Pra mim ã tá sendo boa [P17]
- É que minha mensagem tá custando chegar, Net ruim choveu,caiu [P12]
- Por que?
- Porque vc se humilha pra uma pessoa e ela nem aí, afff [P17]
- Tudo bem e você ? [P20]
- Sério [P12]
- Posso te ligar pra vc conversar ou desabafar? [P12]
- Estou bem graças a Deus [P12]
- Hein, Liv...[P12]
- Pelo zap sim [P17]
- Que bom minha amiga [P19]
- Tenha calma tudo passa tenha paciência [P12]
- Que tudo vai se resolver [P12]
- Sim [P17]
- Mas quando a gente gosta é difícil né [P17]
- Vc tá passando isso na sua família [P12]
- Vida pessoal [P17]
- E muito difícil gostar e principalmente, quando vc ama, é pior ainda [P12]

#### 5.1.4 O programa (músicas, locutor, recados)

Quando o programa inicia, é comum alguns participantes comentarem sobre a música que está tocando naquele momento, com comentários como “só música boa agora no programa” ou “hoje nosso amigo está arrebetando” (se referindo ao locutor). Eles sempre reparam e comentam quando não é o locutor que está no programa, e especulam sobre o motivo da ausência. A Luísa sempre sabe o motivo da ausência, por conversar mais com o locutor. E geralmente é ela quem informa o grupo sobre o porquê do programa estar sendo somente musical naquele dia ou quando o programa é gravado, e por isso não há a leitura de recadinhos. Sobre os recados, há ouvintes que mandam mensagem diariamente. Eles pouco mandam para o *WhatsApp* geral da rádio, e demonstram preferência em enviar “mensagem pro Aelson” o que significa que mandam recados para o número pessoal informado por ele. Os participantes costumam chamar o locutor de “meu rei”, e quando ele lê a mensagem durante o programa, costumam comentar “linda a mensagem que o Sérgio enviou” ou “pra quem será essa mensagem que ele leu agora?”. Alguns

gravam essas mensagens e postam o áudio no grupo posteriormente, caso algum dos ouvintes peça ou não tenha acompanhado a transmissão.

[Conversa 7]

- Olha essa música, Cleber\* [P12]
- Linda música Marilda\* [P1]
- Cadê rei ainda não ouvi falar hoje [P12]
- eu acho que ele não foi hoje trabalhar [P1]
- 🤔🤔🤔🤔🤔
- Gente minha caixinha vai descarregar eu vou ficar sem escutar só depois que carregar [P12]

[Conversa 8]

- Boa noite a todos começou programa amor sem fim com nosso grande amigo aelson [P1]
- 🎧🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵🎵
- Só música [P1]
- Vamo animar o grupo pessoal vamos sair da moita [P1]
- Já tô ligado aqui ouvindo 📻 [P19]
- Eu também amigo, não perco uma noite [P1]
- Eu gosto desse programa é show de bola [P19]
- É sim, amigo [P1]
- Kd as mulherada, já tão dormindo [P1]
- 🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪🍪
- programa hoje começou muito legal [P1]
- Só no sertanejo [P1]

### 5.1.5 Memória (família, lembranças de assuntos vividos pelos participantes)

O grupo completou quatro anos de existência em 2019 e alguns participantes estão desde a criação do Amigos do Aelson. Então, essas pessoas sabem das histórias pessoais de vários membros, conhecem seus parceiros ou quem já foi parceiro de quem e guardam um arquivo de fotos dos encontros que já ocorreram. Para alguns, o backup do *WhatsApp* e o arquivo de fotos armazenados funcionam como auxiliar nessa memória e vez ou outra alguém relembra os encontros passado, postando a lembrança e a foto no grupo. As manifestações a partir dessas lembranças vão desde “olha quando a Juliana ia pros encontros, agora ela sumiu” ou “foi nesse dia que conheci a Mariliz”.

Quando algum relacionamento amoroso começava a dar certo, e os ouvinte apaixonados se revelavam no grupo, logo surgiam as memórias de outros casos, de relacionamentos entre ouvintes que se conheceram no grupo e se casaram. Algumas vezes essa memória foi acionada por fotos.

[Conversa 9]

- [após postagem de foto pelo P2]
- Aí que saudades desse dia [P20]
- Foi esse dia inesquecível 😍😍😍 [P20]
- Foi show ❤️❤️ [P21]



resultam quer de sua própria vida, quer de suas relações com os grupos mais próximos” (HALBWACHS, 1990, p. 45). Segundo Halbwachs (1990), a memória individual é uma experiência, um ponto de vista dentro de uma memória coletiva. “Um homem para evocar seu próprio passado, tem freqüentemente de fazer apelo às lembranças dos outros” (HALBWACHS, 1990, p. 54). De acordo com o autor “é, portanto, no processo de interação social que acontece a formação de memória coletiva, cujo conteúdo é capaz de representar o conjunto de membros que a construiu” (HALBWACHS, 1990, p. 51).

Mas, o fato de estar incluso em uma coletividade não cessa o aparecimento da individualidade dos componentes: [...] a memória coletiva tira sua força e sua duração do fato de ter por suporte um conjunto de homens, não obstante eles são indivíduos que se lembram, enquanto membros do grupo. (HALBWACHS, 2013, p. 51)

Embora os estudos de Halbwachs tenham se desenvolvido na primeira metade do século XX, as considerações e reflexões do autor sobre os movimentos de memória, se mostram ainda atuais e pertinentes no contexto de análise das mídias sociais

#### 5.1.6 Conflitos (discussões, desentendimentos)

São geralmente relacionados à má interpretação da postagem ou por assuntos como excesso de postagens, vídeos sobre acidentes (que não são bem aceitos por alguns integrantes). Outros desentendimentos ocorrem por desrespeito a membros do grupo, e costumam ser resolvidos com algum dos participantes pedindo paciência ao outro, ou terminam com um dos membros deixando o grupo.

[Conversa 12]:

- Errar todo mundo erra, mas é bom aprender cm os erros dos outros, também faz parte da vida. (P1)
- Isso é um grupo para se formar amigos, ninguém é obrigado a ouvir ofensas de ninguém.(P2)
- Permanece quem quiser, respeitar o outro é uma regra do bom viver (P3)
- Esse grupo não é uma empresa, não somos obrigados a sermos destritados por ninguém.(P1)

[Conversa 13]

- Esse povo ja come kkkkk tá certo olha colesterol 😂👍🍷🍷 [P1]
- Boa tarde galera bora tomar café [P2]
- Cleber\* cadê vc já tá tá tomando umas ???🍷🍷 [P3]
- Alguém te perguntou [P2]
- Boa tarde glr [P4]
- Boa tarde Carlinha\* [P2]
- Tô com fome,tem 🍷 [P4]
- Ju\* 😊boa tarde [P4]
- Aqui no meu trabalho tem café Carlinha tá quente com queijo [P2]
- E pão [P2]
- 😊nossa que grosseria de vc JU tá certo bjs [P1]

- Se preocupa com seu colesterol não das minhas amigas [P2]

Alguns conflitos são mais graves, como um caso de assédio. Uma participante reclamou do assédio de um membro do grupo, que a estaria perseguindo no privado (o que fere uma das regras do grupo). Ainda que ela recusasse as investidas e já tivesse até trocado de número, o assédio continuava a ocorrer. A integrante exigia um posicionamento dos administradores do grupo, no sentido de banir o participante que a estava incomodando.

#### 5.1.7 Datas comemorativas (aniversários, Natal, Dia das Mães)

Datas como Dia das Mães e Natal têm um maior número de interações do que Dia dos Pais e Ano Novo. Nessas datas as mensagens são de felicitações, principalmente das “mães guerreiras”. Já o Dia dos Namorados (12 de junho) costuma ter interações sobre quem está solteiro ou não no grupo, sobre “ainda dar tempo” de encontrar alguém, ou sobre quem está se sentindo sozinho naquele dia. Também é um dia em que alguns participantes não fazem nenhuma interação, retornando a conversar normalmente no grupo no dia posterior. Em 2019, no Dia dos Namorados, o programa teve a duração de quatro horas, ou seja, foi estendido apenas para aquela data, e os ouvintes puderam mandar mensagens de amor durante todo esse período. Esse tipo de atenção especial a datas comemorativas é um comportamento comum, tanto no rádio, quanto em demais veículos da imprensa.

Quando há aniversário de um membro do grupo e os administradores são informados, ou já conhecem aquele integrante, o nome do grupo é trocado temporariamente de “Amigos do Aelson” para “Parabéns [nome do integrante]”. A homenagem costuma permanecer pelo dia inteiro, com o retorno do nome original do grupo geralmente à noite. Com essa alteração, os membros ficam cientes de quem está fazendo aniversário e costumam desejar felicitações, perguntar sobre onde será o festejo e como está o dia do aniversariante. A lembrança da data costuma gerar uma sequência de mensagens de felicitações. Se o homenageado for algum membro popular no grupo, o número de mensagens é maior, com mensagens encaminhadas também ao *WhatsApp* do locutor, para que seja lida na hora do programa.

## 5.2 Anotações de campo – a experiência do encontro

Para descrever essa experiência, optou-se pela narração em primeira pessoa, já que se trata de uma participação ativa da autora da pesquisa, em ambiente de interação presencial com o grupo.

Em maio de 2018, os ouvintes organizaram uma comemoração de aniversário do grupo, que completava quatro anos de existência. A data e local do encontro do grupo foram informados

pelo *WhatsApp* meses antes. O convite aos integrantes incluía a proposta de aquisição de uma camiseta, com a foto do locutor do programa e o nome do grupo. A camiseta deveria ser usada no dia do encontro, caso alguém tivesse interesse.

Fui convidada para a comemoração por uma das administradoras do grupo e compareci no horário marcado (sem a camiseta com a foto do locutor). As informações descritas a seguir são observações sobre esse dia e fazem parte das anotações de campo. O registro ocorreu quando deixei o grupo e cheguei em casa, cerca de duas horas depois, para que o relato pudesse ser feito da forma mais fiel possível.

O encontro presencial do grupo ocorreu no dia 24 de maio de 2018, em um shopping da cidade. Compareceram doze pessoas. Todos aparentavam ter acima de 30 anos e são moradores de bairros periféricos da região metropolitana de Belém. Oito deles vestiam a camiseta comemorativa, com a foto do locutor. Cheguei ao local e fui recebida por Luísa, que me apresentou ao restante do grupo. Uma ouvinte levou um objeto em *biscuit* representando os administradores do grupo e o locutor do programa

Figura 5 – Biscuit representando os administradores e o locutor.



Fonte: Informações da pesquisa.

Logo quando cheguei, todos os presentes já sabiam que eu estava fazendo uma pesquisa. Quando fui apresentada aos que chegaram depois de mim, os ouvintes também avisavam aos recém-chegados que eu era pesquisadora “da universidade”. O encontro foi marcado para as 16h.

Por volta de 16h30 o locutor avisou a Luísa de que não poderia ir ao encontro, pois uma pessoa da família dele havia falecido.

Perguntei, pouco tempo depois, quando seria o próximo encontro e Luísa disse que não queria mais organizar encontro do grupo, pois quando chega na hora as pessoas não vão. Luísa parece ser a grande integradora do grupo, interagindo com todos de forma acolhedora, e os membros do grupo demonstram bastante carinho por ela. Durante pesquisa exploratória, Luísa foi a ouvinte citada por Aelson como alguém muito querida por ele.

No encontro, o grupo conversou sobre encontros antigos, integrantes que nunca comparecem, alguns falaram sobre pessoas que têm curiosidade de conhecer (já que nem todos do grupo se conhecem), outros lembraram de integrantes que fazem falta, e aqueles que agora estão namorando e se afastaram. Contaram histórias sobre se estão ou não solteiros, onde estão trabalhando e tiraram muitas fotos, logo postadas no grupo. Pediram pizza, mas as mulheres não queriam dividir o valor da pizza com um dos integrantes, pois disseram que ele come demais, e paga de menos. Já ele não queria pagar uma pizza sozinho. Foram inicialmente duas pizzas. Dois integrantes foram buscar as pizzas, com dinheiro coletado na hora entre eles. Quando trouxe a pizza reclamou que “não se faziam mais homens como antigamente”, porque nenhum dos homens presentes foi ajudá-la a carregar a pizza. Essa postura me lembrou sobre os “papéis” que tradicionalmente são destinados a homens e mulheres em sociedade, refletindo sobre suas convicções sociais e culturais. A não submissão a esses padrões causa estranhamento.

Conversei com o Celso, um integrante que me disse que os encontros do grupo ocorriam inicialmente nas casas deles, um mês depois do grupo criado, e depois esses encontros passaram a ocorrer em locais públicos, como shopping, clubes. Celso disse que no primeiro encontro que fizeram na pizzaria foram mais de 30 pizzas, porque era muita gente, que eles juntaram as mesas e foram convidadas pessoas do outro grupo de ouvintes do programa. Ele disse que já conheceu e se relacionou tanto com pessoas a partir do Clube da Amizade, quanto no grupo. Que eles são como uma família, algumas vezes eles se “estranham”, mas depois voltam à amizade. Disse que está no grupo desde que o Amigos do Aelson foi criado. Celso quis saber minha opinião política (se eu era a favor ou não do governo). Não revelei porque acredito que isso poderia influenciar a relação e interação dos participantes comigo. E ele concordou, embora um pouco contrariado. Celso apontou para Lidiane, e disse que ela tinha conhecido o namorado no grupo, mas ela disse que não, que conheceu o namorado por um site de relacionamentos.

Lidiane disse que o namorado é ciumento, que tenta controlar as roupas que ela usa e que até já fez parte do grupo de *WhatsApp* para ver se alguém “estava dando em cima dela”, e que tinha ficado com ciúme de um dos integrantes. Disse que o namorado não interage ou participa

de redes sociais e grupos por medida de segurança, já que ele trabalha em uma área arriscada. Lidiane é uma mulher bonita, expansiva, sorridente e assim como outras integrantes, vê com naturalidade o comportamento do namorado ciumento. O homem ciumento, explosivo, possessivo, controlador é visto como muitas mulheres do grupo como comum, e por vezes esses comportamentos são até exaltados, com as mulheres dizendo “é porque ele gosta muito de você”, ou “é coisa de homem”. Algumas mulheres, quando entram em um relacionamento, costumam abandonar o Amigos do Aelson, “para evitar problemas”, porque o parceiro enxerga o grupo com desconfiança. Mas se, porventura, os relacionamentos acabem, elas retornam ao grupo.

Com o passar das horas, outros integrantes foram chegando, como a Marilda, que é uma participante ativa no grupo. Uma outra ouvinte presente, a Renata, disse não gostar dela, então, quando Marilda chegou, Renata se isolou do grupo. Perguntei à ouvinte o porquê do isolamento e ela respondeu que “não gosta desse tipo de coisa, de falsidade”. Então me contou o motivo, e disse que há uns meses estava se relacionando com duas pessoas do grupo, ao mesmo tempo. Porém essas pessoas não sabiam desse relacionamento cruzado e Marilda teria “dedurado” Renata para eles. A ouvinte disse ainda que ia sair do grupo, que só tinha ido ao encontro para falar com o Aelson. Disse também que tinha voltado para a igreja e o grupo a afastava de muita coisa. Mas disse que amava o locutor do programa e adorava quando ele falava com carinho o apelido dela na rádio ou quando ela mandava mensagem pra ele.

Núbia chegou por volta das 17h e ao me cumprimentar, já sabendo da minha condição de pesquisadora (pois havia lido no *WhatsApp*), perguntou o que de fato era minha pesquisa. Ela se mostrou mais atenta e de certa forma desconfiada diante da minha presença ali, e embora já soubesse que eu estava lá para observar o encontro, perguntou por que eu não falava mais de mim. Eu expliquei a pesquisa e meus objetivos, e falei que a participação no grupo era mais como observadora, para não influenciar nas interações. Núbia é uma das integrantes que costuma levantar as questões mais politizadas do grupo, e costuma ter um comportamento independente e um posicionamento feminista diante de algumas declarações machistas do grupo. No dia do encontro, um participante disse que iria pagar algo para ela, e ela respondeu que não precisava, que ela pagava suas próprias contas.

Por volta das 18h chegou o Sérgio, um integrante que percebi que todos os presentes gostam e ficaram felizes por ele ter aparecido, pois no grupo ele disse que estaria trabalhando naquele horário, que talvez não fosse possível chegar a tempo. No *WhatsApp*, Sérgio interage com todos, manda músicas específicas para cada um, coloca frases românticas e manda sempre muitos elogios, especialmente para as mulheres do grupo. Também costuma postar fotos em bares ou comprando cerveja e fazendo churrascos, convidando os integrantes do grupo.

Presencialmente ele é da mesma forma, quando chegou falou com cada um dos presentes, contou alguma piada e disse que havia poucas pessoas. No encontro, ele comentou sobre seus relacionamentos no grupo, suas aventuras e desventuras.

Sérgio disse ser ouvinte do Amor Sem Fim há muitos anos, mas que prefere o programa agora, porque o locutor é “uma pessoa simples, que eles conseguem ser notados” por ele, que ele não se distancia igual “outros locutores”. Disse que acha importante que o Aelson saiba quem “é o Sérgio” e gosta que as mensagens que ele manda ao programa sejam lidas porque o Aelson já o conhece e o identifica, diferente de, segundo ele, “outros que escolhem o que ler, ou pegam antipatia de ouvintes”. Sérgio comentou que prefere interagir como o programa pelo *WhatsApp* e gosta mais do programa como é agora.

Entre os presentes também estava Sara, que tinha ido pela primeira vez ao encontro do grupo e ainda não conhecia pessoalmente ninguém, embora virtualmente sempre conversasse com todos. Sara me disse que amava o Barriery (antigo locutor) e que chorou muito quando ele saiu, que sentiu muito a falta dele no programa. Ela disse que foi ao encontro para conhecer o Aelson, porque ele é o único locutor da rádio 99FM que ela não conhece pessoalmente.

Sara não sabia da proibição de ir à rádio no horário do programa, e disse que planejava visitar o Aelson. Também disse que não tem conseguido escutar com frequência o Amor Sem Fim. Ela disse que gosta de ir à rádio visitar os locutores e mandar mensagens. Disse que escuta toda a programação da rádio 99FM, e que manda mensagens em todas os programas, porque adora ouvir seu nome lido na rádio, que isso a deixa feliz. Contou que a filha não entende esse relacionamento que a mãe tem com a rádio. E ela disse que gosta de imaginar, embora não veja os locutores, e eles talvez nem saibam quem ela é, gosta de ouvir quando falam, durante as transmissões, “um abraço pra Sara”.

A Catarina também estava participando do encontro pela primeira vez, e disse que tinha prometido que ia e foi, mas precisava voltar cedo porque morava em Ananindeua (bairro da região metropolitana de Belém), e que seu bairro era muito perigoso. Ela me disse que escuta o programa desde que Barriery o apresentava, que às vezes acordava tarde da noite, lembrava do programa e ligava o rádio. Catarina disse que nunca participou do Clube da Amizade, mas achava engraçado ouvir os ouvintes que contavam suas histórias no ar. Ela faz parte de outros grupos de programas da rádio 99FM e gosta de participar dos sorteios de prêmios.

Como Sara e Catarina já precisavam ir embora, os membros do grupo presentes decidiram por encerrar a conta, porém nesse momento apareceu mais uma integrante, a Juliana. A chegada da Juliana foi muito festejada por quem estava lá. Por isso alguns participantes decidiram ficar mais um pouco.

O que pude perceber é que enquanto Sérgio apresenta um mesmo perfil virtualmente e presencialmente, o Rodrigo é tímido presencialmente e pouco interage com o restante do grupo, apenas com sua esposa Luísa. Ele foi um dos que sentiu mais falta da presença do locutor. Rodrigo gosta de falar do Aelson e do quanto ele é acessível, e, semanalmente, visita o locutor na rádio, sempre com uma camiseta personalizada com a foto do Aelson Silva, e depois postando a foto dessas visitas no grupo.

De modo geral todos foram bastante receptivos com minha presença, e quando perguntei se eu poderia entrevistá-los em outro momento, se mostraram solícitos. A mais reticente com a minha presença foi Núbia, mas nada que pudesse comprometer as demais interações. Minha presença gerou curiosidade para a maioria, que queria saber se a pesquisa ia sair no jornal ou na tv, se eu iria ganhar algum prêmio e compartilhar com eles. Eu disse que a pesquisa ficaria disponível no site da UFPA e que se ganhasse algum prêmio por isso, ficaria feliz de compartilhar.

### **5.3 Relatos – a experiência da escuta**

Conversar com ouvintes foi a primeira meta traçada quando esta pesquisa começou a ser pensada. Dar voz a esses ouvintes representava deixá-los contar, com suas próprias palavras, as experiências com o grupo e com o programa, e como elas os afetavam. Ainda que o recorte da pesquisa esteja restrito a pessoas do grupo Amigos do Aelson, os relatos dão a dimensão do quanto as interações interferem na formação de vínculos estabelecidos entre os ouvintes e suas relações cotidianas. A intenção não era garantir um ponto de saturação nos depoimentos, mas sim observar o potencial de cada relato, identificar semelhanças e diferenças nos discursos, exercer uma escuta sensível, ampliando a voz do ouvinte, ciente de que cada experiência e cada história compartilhada por eles eram únicas.

Para conseguir os depoimentos foi feita uma postagem no grupo, explicando a pesquisa, e pedindo para quem se dispusesse a ajudar (cedendo uma entrevista), poderiam entrar em contato de modo privado. Nenhuma mulher se manifestou no grupo para conceder a entrevista. Já os homens se dispuseram mais, marcaram e disseram que poderia até usar o nome verdadeiro deles (ainda que explicasse que usaria nomes fictícios). As mulheres contactadas durante o encontro do grupo ou as que foram questionadas modo privado sobre a entrevista, apresentaram resistência em dar o depoimento, exceto as duas que compõem essa pesquisa. Foram então entrevistados cinco ouvintes, e que, a partir da perspectiva qualitativa abordada neste trabalho, atenderam ao objetivo traçado por esta pesquisa.

Helena, Teresa, Luan, Ricardo e Sérgio são os nomes fictícios dos ouvintes que se dispuseram a compartilhar suas experiências. As entrevistas ocorreram em ambiente público e foram gravadas em áudio. A partir de entrevistas semi-estruturadas, que garantiram a resposta de questões chave (idade, profissão, se teve algum relacionamento via rádio ou via grupo), os relatos seguiram em forma de conversa, estimulando o ouvinte a contar sua vivência. Nas entrevistas, é possível compreender motivações, atitudes, posicionamentos, angústias.

Os cinco relatos estão descritos primeiramente de forma resumida, uma narrativa para apresentar os participantes, seguido da análise dessas entrevistas, com trechos retirados dos depoimentos transcritos e o que foi possível identificar a partir deles, tensionando teorias e cruzando os dados obtidos. As entrevistas na íntegra estão disponíveis no Apêndice. Todos os participantes assinaram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, autorizando a divulgação do conteúdo descrito.

### 5.3.1 Helena

Helena tem 36 anos e trabalha com serviços domésticos. Foi no grupo “Amigos do Aelson” que a ouvinte encontrou seu atual marido, o também ouvinte Thiago. O casal é um dos que se formaram a partir do grupo no *WhatsApp*. Segundo ela, na época em que se conheceram, o atual marido estava conversando com uma outra mulher do grupo, enquanto ela também estava conhecendo um outro rapaz. Após o rompimento com essas pessoas, os dois começaram a namorar quase que imediatamente, pelo *WhatsApp*, ainda que não se conhecessem, fato que ocorreu após um mês de conversa. Helena contou que eles conversavam todos os dias, mandavam muitas mensagens um ao outro para serem lidas durante o programa, e combinavam a escuta compartilhada do Amor Sem Fim, cada um em sua respectiva residência.

Oito meses depois do início do namoro, eles decidiram morar juntos, e já estavam completando três anos de casamento quando foi feita essa entrevista. Ainda que tenha encontrado um parceiro pelo grupo, a ouvinte não acredita que lá seja o melhor ambiente para um “romance”, embora saiba que outros casais também se formaram por lá. Ela diz que muitas pessoas não tem a intenção de ter um relacionamento sério, por isso é preciso conversar bastante antes, perceber o que é verdade e o que é mentira. Acredita que o Clube da Amizade é questão de sorte, que os relacionamentos se formam pela confiança, o que é possível encontrar via rádio também. Segundo ela, muitas pessoas entram no grupo pensando que “é de sacanagem”, quando precisam entender que é um grupo sério e precisa ser respeitado, até porque existem pessoas da rádio

adicionadas no grupo. E as regras existem para isso e para evitar brigas, principalmente quanto a temas mais polêmicos como política, futebol e religião.

Helena diz que no grupo é possível encontrar todo tipo de pessoa, e que o programa aproxima essas pessoas por ser estilo romântico e pelo locutor. A ouvinte enxerga Aelson Silva como um amigo, sempre disponível a escutar e aconselhar, o que vai gerando confiança na ouvinte. Helena se considera uma pessoa romântica e espera que o programa nunca acabe. Ela costuma chamar o locutor de “anjo”, e diz que nunca imaginou poder conhecer e se aproximar de um locutor de rádio dessa forma. Para ela, é a simpatia e humildade de Aelson Silva que cativa as pessoas, o que faz com que os ouvintes queiram ser amigos dele e se sintam assim, inclusive realizando aniversário surpresa pra ele e promovendo os encontros presenciais do grupo apenas nas datas em que ele está disponível para comparecer. Helena diz que quando o locutor sai de férias ou está ausente do programa, não é a mesma coisa, o programa não é o mesmo.

### 5.3.2 Teresa

Teresa tem 36 anos e trabalha esporadicamente como diarista. Disse que escuta o programa há muito tempo, desde que tinha 16 anos. Entrou no grupo Amigos do Aelson em 2019, e disse que participar do grupo era uma vontade antiga. Gosta de conhecer pessoas pela rádio porque considera mais confiável do que por aplicativos de relacionamento. Atualmente, acha que é melhor conhecer pessoas pelo grupo e se sente mais à vontade dessa forma, porque ela acredita que aí eles já têm alguma intimidade. Teresa diz que não mudaria nada no programa, que gosta do jeito que Aelson Silva fala, que acha bonito quando ele lê as mensagens e gosta da trilha sonora do programa. Ela aprovou a inclusão do *WhatsApp* como forma de interação, diz que a ferramenta facilitou o contato, porque agora não precisa mais esperar para ser atendida via telefone, pois a linha estava sempre congestionada e ela desistia. Teresa considera que o fato de Aelson Silva dar o número pessoal dele durante o programa é um crédito de confiança ao ouvinte, o que é muito bom. Ela gostaria que o *WhatsApp* também fosse utilizado para o Clube da Amizade, pois seria mais prático participar. A ouvinte diz que já deixou o perfil no quadro, e que conheceu e trocou mensagens com várias pessoas, ainda que nenhuma tenha “vingado”.

No grupo, já conheceu e se relacionou com uma pessoa, mas que disse que não deu certo. Ela não gosta de aplicativos de relacionamento, acredita que não são confiáveis, mesmo nunca tendo usado um. Teresa diz preferir a rádio e o grupo, porque as pessoas que conheceu via rádio são como se mostram no *WhatsApp*, sem muitas mentiras, e que moram na região metropolitana. Ela também acredita que no grupo as pessoas criam intimidade, que pode conhecer, conversar.

Não gosta de conhecer pessoas em festas, porque os homens querem logo intimidade e ela é romântica, por isso busca alguém romântico também. Disse que sempre quis entrar no grupo, porque ouvia os recados durante o programa. E que, por morar longe, se sente muito sozinha, e gosta de ter a oportunidade de conhecer as pessoas no grupo, se distrair. Teresa disse que por muitas vezes sente mais intimidade e acolhimento pelas pessoas do Amigos do Aelson do que pela própria família.

### 5.3.3 Luan

Luan tem 42 anos, trabalha como vigilante. Diz que escuta a rádio 99FM desde que ela inaugurou e costumava gravar as músicas do programa. É a única que ele escuta, por isso conhece toda a programação. Ele disse que logo que acorda liga o rádio, e tudo o que faz tem a 99FM tocando ao fundo, porque não consegue fazer nada sem música. Tem uma relação próxima com as pessoas da rádio, gosta de ir até a emissora, conhece os locutores e o diretor da rádio porque diz que são pessoas que dão abertura e tem um relacionamento bom com os ouvintes. Participa de vários grupos com ouvintes da emissora e já se relacionou com pessoas desses grupos. Não usa aplicativos de relacionamento e diz não ter preferência entre conhecer alguém em uma festa e conhecer alguém pelo grupo.

Seu último relacionamento foi com uma ouvinte que participa do Amigos do Aelson, mas diz que terminou por conta de ciúmes dela. Lembra que antes gostava quando os ouvintes mandavam cartas de amor, lidas pelo apresentador no ar, com declarações de amor, pedidos de casamento, namoro. Disse que nunca chegou a mandar porque fica envergonhado, mas que o locutor da época já leu uma carta direcionada a ela, durante a transmissão do programa.

Já conheceu pessoas pelo Clube da Amizade, mas nunca chegou a deixar o perfil. E considera que no grupo é diferente, porque as conversas fluem naturalmente, na brincadeira, as pessoas se interessam e por isso não precisa mais ligar para a rádio, porque as pessoas também se conhecem nos encontros presenciais. Luan gosta das pessoas da produção da rádio, diz ter um relacionamento próximo com vários, incluindo a direção do programa. Acredita que os outros locutores eram bons, mas o Aelson Silva é melhor porque é mais carismático, abre mais espaço para os ouvintes, comparece nos eventos, chama os ouvintes que ele tem mais intimidade pra aniversários e está sempre disposto a receber os ouvintes na rádio no horário comercial. E que, quando o locutor adoece e precisa se ausentar, a audiência com certeza deve cair, fato que ele diz comentar com o diretor.

Luan não vê tantas mudanças no programa, que gosta do Amor Sem Fim por ser um programa que “prende” o ouvinte, que faz com que a tristeza passe. E que os grupos interagindo

durante o programa também fortalecem esse sentimento. Disse que não sentiu falta do ouvinte participando ao vivo da rádio, por telefone, porque eles participam do mesmo jeito, agora pelo *WhatsApp*. E que o ouvinte permaneceu fiel. Disse que o que mais gosta é de conhecer pessoas novas, que o programa propicia isso e o grupo também. Sabe que vez ou outra tem uma briga no Amigos do Aelson, mas que logo se entendem pois são uma família. E que a rádio e o grupo o ajudaram a enfrentar a depressão, pois sintonizava na emissora, ouvia as piadas dos locutores e conversava com as pessoas nos grupos, que o ajudavam.

#### 5.3.4 Ricardo

Ricardo tem 40 anos e trabalha como vigilante. Disse que gostava mais quando podia visitar a rádio, porque as pessoas ficavam mais próximas e era como se fosse uma confraternização à noite. Embora seja casado e tenha dito que nunca procurou o programa ou o grupo para flertes, acredita que eles funcionam muito bem para promover o encontro entre as pessoas. Acredita que são os grupos e o carisma do locutor que fazem o programa continuar tendo audiência.

Para ele, a utilização do *WhatsApp* foi um ganho para o programa, porque atraiu pessoas mais jovens e que, a partir daí, com a criação dos grupos, o locutor começou a interagir mais com os ouvintes, ganhando mais público, porque “trouxe os ouvintes pra dentro da rádio”. Ricardo diz que os organizam e movimentam o programa, por isso, a audiência do Amor Sem Fim está sustentada nos grupos, que mandam mensagem toda as noites e participam ativamente. E que é um auxílio mútuo, porque ao falar dos grupos na rádio, ele também os fortalece. Disse que acha interessante as pessoas se comunicarem a partir do grupo e também a partir da rádio, e acredita que o ideal era ter tanto a participação do ouvinte ao vivo pelo telefone, quanto ao vivo pelo *WhatsApp*, porque isso iria fortalecer mais o Amor Sem Fim.

Ricardo acredita que o Clube da Amizade deveria ser como antes, com a inclusão do perfil de todos os ouvintes que ligassem, e não limitado a 12 pessoas, porque isso restringe o programa. Que quando começou a namorar a esposa gostava de ouvir a trilha do Amor Sem Fim, e que para ele a seleção musical atual do programa consegue alcançar mais pessoas, pois não ficou apenas no *flash back*. Ele disse que chegou a mandar cartas ao programa, lidas ao vivo pelo locutor, que chegava a reduzir a leitura de algumas por estarem muito grandes, e que ele gravava todas as leituras porque o locutor avisava ele que ia ler. E que o locutor, do jeito que ele é, atrai muito mais pessoas a ouvirem o Amor Sem Fim, porque ele interage mais com o público. E acredita que o Amigos do Aelson já chegou a ser uma família, porém hoje em dia não é mais, já que tem muita intriga.

### 5.3.5 Sérgio

Sérgio tem 49 anos e presta serviço como vigilante. É ouvinte assíduo do programa e mantém vários relacionamentos com pessoas que conheceu tanto visitando a rádio no horário do Amor Sem Fim, quanto mandando mensagens durante o programa e participando do grupo. Sérgio garante que desde que os grupos do programa foram criados ele já se relacionou com 128 mulheres ao longo do tempo, e que nunca participou nem telefonou para nenhum perfil do Clube da Amizade, porque não considera atrativo. Disse já ter tido vários amores que conheceu pelo programa, e que marcaram a vida dele.

No Amigos do Aelson, criou laços de amizades muito fortes com algumas pessoas, mesmo que não conheça algumas pessoalmente. Sérgio diz que se importa com cada um e gosta de ajudar, porque o grupo é uma família, com todos os erros e acertos. Ele lembra que nos primeiros encontros iam muitas pessoas, todos querendo se conhecer, mas que agora vão poucas pessoas. Ele sente falta de quando podiam ir até a emissora no horário do programa, acredita que isso aproximava muito mais as pessoas. Nessas visitas à rádio, organizadas pelos ouvintes, ele conhecia várias pessoas e chegou a ter seis relacionamentos com mulheres que conheceu só visitando a emissora no horário do programa.

Para Sérgio, o *WhatsApp* foi fundamental pra expandir o interesse do público pelo programa, e que o aplicativo fez com que fosse possível ver o rosto, enquanto antes só ouvia a voz, sabia o nome, e pouco sobre a pessoa. Acredita que o *WhatsApp* fez o programa crescer, pois é possível estar ao mesmo tempo interagindo com vários grupos relacionados ao programa. Atualmente disse estar mais afastado, mas que antes mandava mensagem todo dia pro Amor Sem Fim, tanto para os grupos quanto para as mulheres com que se relacionava. Com isso, ele diz ter ficado muito conhecido no programa, recebendo mensagens de ouvintes de São Paulo, Rio de Janeiro, Argentina, Portugal, Holanda. Que já teve problemas por se relacionar com mais de uma ouvinte ao mesmo tempo, e que, quando uma delas descobriu, foi até a rádio brigar, então ele já teve que intervir e mandar mensagem para o programa, pedindo desculpas.

Sérgio acredita que é conversando, brincando, que se conhece as pessoas, de forma natural e sem forçar nada. E que uma vez já se apaixonou por uma mulher que viu no grupo, sem nunca tê-la conhecido, só por ver a foto. Para Sérgio, um programa como o Amor Sem Fim não acaba, pois cada dia tem uma renovação de pessoas, principalmente nos grupos, e que os comentários lidos na rádio levam as pessoas a quererem participar.

Para ele, o diferencial do locutor é o carinho que ele tem com as pessoas, do jeito que as pessoas falam e lidam com ele, criando um vínculo. E diz conseguir identificar quando o locutor



Quando ele tá de férias e colocam outra pessoa pra mim não é a mesma coisa. Não sei porquê. Não é a mesma coisa, não é como ele lê as mensagens e fala com o público. Eu gosto das mensagens, com aquela música de fundo, que toca no coração da gente (HELENA, 2020)

Já Ricardo (2020) não concorda sobre a retirada da participação ao vivo pelo telefone.

Eu achava melhor que continuasse, uma parte como antigamente e uma parte atual, com o zap. Os dois juntos [whatsapp e participação ao vivo pelo telefone] fortalecia mais o programa. Porque aí o pessoal quer participar, tem que ser ao vivo, tem que ser mais pessoas. Pra mim isso acaba restringindo mais o programa, colocando uma porcentagem, olha 12 pessoas pra participar [do Clube da Amizade], não! É livre, né? Antigamente era livre, “olha quem ligar até tantas horas eu vou colocar, se ligar depois não vou”. Então pronto (RICARDO, 2020).

Outra mudança foi a proibição das visitas à 99FM no horário da transmissão, uma característica que existe desde entre ouvintes e emissoras desde as primeiras transmissões radiofônicas.

Eu sinto falta das visitas na rádio. Antes a gente era liberado pra chegar a noite, a gente ficava lá durante o programa inteiro. Agora não, tem restrição. Era muito melhor quando a gente podia ir lá conversar com ele, a gente já era acostumado, chegava lá, levava uma pizza, passava a noite lá, até açai pra comer com carne e frango. A gente comemorava muito, passava a noite inteira, a tarde inteira juntos nos aniversários, ia pra rádio passava das dez da noite até uma da manhã, ou seja, três horas juntos, se conhecendo, brincando, a gente se conhecia de fato todo mundo [...] A gente cria uma intimidade um com o outro assim. A gente começa a conhecer um ao outro assim. Aí a gente já sabe, “aquele gosta de café daquele jeito, olha, ele ama o frango de fulana, ama o purê da ciclana”, e assim a gente vai se conhecendo (SÉRGIO, 2020)

O programa ficaria melhor se a gente pudesse ir de volta lá a noite (HELENA, 2020)

Eu gostava de ir visitar a rádio pra participar, porque a gente tinha liberdade lá, era como se fosse uma confraternização à noite. Eu perguntava “e aí, Aelson, o que vai ter hoje aí?”, aí ele dizia “vem aqui!”. Aí rolava comida, torta, eu era o cara da pizza. [...] Era tipo uma família, a gente ia pra lá, chamava os outros locutores, os amigos lá da rádio, a rádio ao vivo e ele comentava lá. A gente se ajudava, falava ao vivo junto com ele lá, eu interagia com eles e era muito bom. Infelizmente não pode mais (RICARDO, 2020).

A imagem do locutor é fundamental nesse laço que une os ouvintes. O locutor amigo, que “Se você tiver um problema e ligar pra ele, ele vai te escutar. Vai te dar um conselho, dizer o que é melhor pra ti” (HELENA, 2020) ou o fato do locutor conhecer alguns ouvintes pelo nome faz com que se sintam parte da rádio, amigos do Aelson. “O Aelson é uma pessoa muito humilde, ele fala contigo, com todo mundo, do mesmo jeito” (HELENA, 2020). “Ele abre mais espaço pros ouvintes, ele é mais carismático. É o tipo da pessoa que se tiver um aniversário e chamar ele, ele vai” (LUAN, 2020). O palavreado dele é um palavreado mais jovem. Ele gosta de falar, de perguntar “oi, tudo bem? Como é que você tá?” Antigamente não, era mais fechado, não interagiam com o público como é agora (RICARDO, 2020). “Eu comecei a participar mais do

programa continuamente do programa com o Aelson, por ele, pela pessoa dele, que é um cara fantástico, um excelente radialista” (SÉRGIO, 2020).

O apresentador dar o número pessoal durante as transmissões é visto como uma relação importante de confiança, como um acordo entre amigos. Uma relação que faz com que os ouvintes o visitem na rádio, no horário comercial em que apresenta outro programa, levam a comida que já sabem que ele gosta, o presenteiam e compartilham confidências. O que também é estendido para a produção do programa.

Ele dar o zap dele é uma confiança né? É o telefone dele mesmo. Às vezes eu tô lá em casa sem fazer nada e aí mando um zap pra ele, ele responde. É o zap dele mesmo. Eu acho uma boa. É uma confiança que ele dá pro público dele, eu acho muito bacana da parte dele (RICARDO, 2020).

As pessoas que a gente conhece na rádio é um tipo de amizade muito bom, tanto com locutores, como diretor da rádio, o Kobara. Amizade deles com os ouvintes é muito boa, eles abrem o espaço pra gente interagir com eles, é bom demais (LUAN, 2020)

Antes quando eu escutava o programa sem conhecer o Aelson eu nunca imaginava que eu ia conhecer o locutor do Amor Sem Fim. Só que o Aelson é uma pessoa muito humilde, ele fala contigo, com todo mundo, do mesmo jeito. Ele não tem aquela preferência. Então por isso fez a gente ficar amigo dele. Se a gente conversar com ele lá, se tiver eu, ele, uma colega, o que a gente conversar lá, a conversa não sai dali. Por isso que ele criou uma amizade com a gente, sabendo que tem confiança. “Ah, porque Aelson falou isso, Aelson falou aquilo”, não. O que a gente conversa com ele, lá fica.

Essas relações confirmam o que Grisa (2003) chamou de sentidos de escuta nas rádios populares, e que nesta pesquisa foi relacionado ao sentido afetivo e de parceria. O sentido afetivo é estimulado pela proximidade com o locutor e o fortalecimento dessas emoções a partir dos sentimentos de fidelidade, amizade e companheirismo despertados nos ouvintes, seja pela postura do locutor, seja pelo tipo de programa. Conforme analisa Grisa (2003, p. 242), “O rádio não vai negar o sentimento do ouvinte, pelo contrário, vai justamente valer-se dele para obter audiência”.

Já o sentido de parceria é essa busca por conforto e companhia, amenizando a solidão e o desamparo dos ouvintes, preenchendo também o tempo ocioso. Tanto o programa quando o Amigos do Aelson são vistos como um escape, uma forma de se afastar e se distrair dos problemas cotidianos.

Muitas das vezes que eu tava mal, tava péssimo, sozinho em casa, de achar que o mundo vai acabar e estar escutando a rádio, começar a escutar o programa do Aldrin [locutor da manhã], aquelas piadas dele, achar graça, aí começa a falar com o pessoal no grupo, tu cria aquela confiança e fala o que tá acontecendo, começam a te ajudar, então, é bom sim. Pra eu parar de escutar rádio só se eu ficar surdo (LUAN, 2020).

Quando Luan (2020) diz que se não fosse o rádio, teria entrado em depressão, lembramos o sentido do rádio como companheiro em momentos de solidão, retomando o que disse Salomão (2003, p.32) sobre o rádio continuar sendo visto como um auxiliar no enfrentamento da “guerra do cotidiano”. A sensação de pertencer a essa “família”, tanto uma intimidade com a produção da rádio, quanto com o locutor e o grupo é uma característica que vai ao encontro do que diz Del Bianco (2018), sobre o ouvinte transferir a noção de família imaginária para a emissora, considerando seus profissionais como pessoas próximas, incentivando laços de intimidade e confiança e inclusive expondo seus problemas certos de que terão apoio naquela família. E os locutores são os profissionais que alimentam essa ideia, com um discurso marcado pela busca da proximidade e intimidade.

No caso de Luan, essa sensação de solidão também é dissipada quando, ao mesmo tempo em que escuta a rádio, ele interage nos grupos. “Até porque se tiver triste, aí a gente começa a interagir com as pessoas através do programa, aí vai pros grupos, aí passa aquela tristeza, vai embora” (LUAN, 2020), o que nos traz a ideia de Thompson (2018, p.23) sobre polimídia, quando diferentes meios coexistem lado a lado, em diferentes formas de interação.

Teresa também acredita que o grupo a ajuda a vencer momentos de solidão. “Como moro longe não tenho muita amizade, não saio muito, aí achei que era um jeito de conhecer as pessoas, me distrair mais, conversar” (TERESA, 2020). O sentido dado por Teresa (2020) lembra também o que afirma Poletto;Fernandes (2009, p. 144) que acreditam que não importa a estação, quando o ouvinte liga o rádio é associado instantaneamente o sentido de presença, a sensação de companhia.

Court (2005) define família como um lugar de afetos e aprendizado, sem necessariamente ser algo atrelado a benefícios. No grupo, essa família é vista como aquela que que erra, mas acolhe. “Com todas as suas brigas, todos os seus erros, todas as suas formas boas e também as coisas ruins das famílias acontecem” (SÉRGIO, 2020). Em alguns casos, uma família que ajuda a superar problemas, como disse Luan “Vira e mexe tem uma briga. Mas qual família que não briga? Eu acho que é uma família porque se eu tiver me sentindo mal, eu digo” (LUAN, 2020).

Tem pessoas que eu nunca vi pessoalmente, mas eu me dou tão bem, a gente se sente tão bem conversando, brincando, é conhecer a pessoa só através da tela do celular, mas você cria aquela intimidade com ela, você cria aquele vínculo sério (SÉRGIO, 2020)

Se a gente tem algum problema alguns lá falam, um dá força pro outro, um acolhe o outro. Eu tenho dois grupos da minha família. Um é só bom dia e boa tarde, e o outro eu nem falo. Na minha família eles são amigos, mas aquela proximidade é só com alguns, poucos. Tem problema de família, outras coisas, tem rixa. Eu converso mais com o pessoal do grupo [Amigos do Aelson] do que com o grupo da minha família (TERESA, 2020)

Os depoimentos também retomam o que foi trabalhado por Recuero (2005) quanto ao estabelecimento de laços fracos e fortes a partir da interação em mídias sociais, esses estreitamentos que vão variar de acordo com as vivências e intimidade. E que se tornam multiplexos quando a interação parte para o campo presencial.

A preocupação demonstrada pela a saúde dos integrantes do grupo é algo considerado relevante tanto na observação do grupo, quanto nas entrevistas com os ouvintes. Sérgio diz que se preocupa com todos no grupo, e procura sempre estar presente quando alguém do grupo passa por dificuldades. Para ele, esse é o sentido de estarem ali. “Eu não consigo pensar que você tá doente e não me incomodar, não consigo saber que tua mãe tá no hospital e não querer te dar uma ajuda” (SÉRGIO, 2020).

Izquierdo (2018, p.02) diz que sempre estamos procurando laços, culturais ou de afinidades, com base em nossas memórias comuns. “[...] isso nos dá segurança porque nos proporciona conforto e identidade coletiva. Sentimo-nos apoiados pelo resto do grupo, chame-se de família, bairro, cidade, país ou continente”.

Atitudes como essa fazem com que Teresa se sinta acolhida e interaja mais com o Amigos do Aelson do que com o grupo da sua família “[...] no grupo, um é companheiro do outro, se tiveres com problemas eles dão conselho, dão força, dizem que tudo vai dar certo (TERESA, 2020). A exceção ficou por conta de Ricardo (2020), que acha que no grupo tem muita concorrência e falsidade. “Eles vivem brigando” e “Antigamente era mais família, agora não é mais. A gente ajudava o pessoal, ia junto. Antes nos encontros eu ia. Mas já saiu muita gente” (RICARDO, 2020). Mas além de lembrar do que os une como família, também é preciso esquecer. Nesse sentido, a convivência só funciona se os membros da família relevarem um ou outro desentendimento, como destaca Izquierdo (2018, p.11) “sem o esquecimento, o convívio entre membros de qualquer espécie animal, inclusive os humanos, seria impossível”.

Todos os ouvintes entrevistados disseram ser românticos, e durante as conversas, percebe-se esse conceito ligado à ideia de alma gêmea e amor eterno. O programa incentiva essa sensação, principalmente a partir da seleção musical e da fala do locutor, personalizada. “No programa tem uma coisa linda que eu acho, é assim: as pessoas se conhecem e não tem medo de serem felizes. Se entregam” (SÉRGIO, 2020). A programação musical do Amor Sem Fim parece despertar ou inspirar os ouvintes. “A rádio faz com que a pessoa fique assim, tipo apaixonada” (RICARDO, 2020). “Eu gosto das mensagens, com aquela música de fundo, que toca no coração da gente” (HELENA, 2020). A voz do locutor e a trilha sonora acionam a memória afetiva dos ouvintes, como reflete Nunes (1993) ao dizer que o ser humano é um ser musical e que as emissões sonoras são diretamente ligadas às demandas de amor. Uma reflexão compactuada por

Bang (1991), que também percebe a música como uma forma de interação humana de caráter emocional.

E o Amor Sem Fim atua como mobilizador desses encontros não apenas pelo Clube da Amizade, mas também pelo grupo. “A pessoa manda uma mensagem pra outra ‘ah o fulano de tal’, e a gente fica ‘ih, aí tem’”. (SÉRGIO, 2020). “Às vezes a pessoa tá no grupo, quer mandar um recado pra uma menina, ela vai saber que eu mandei a mensagem pra ela, mas o pessoal não vai saber” (RICARDO, 2020). Essa troca de mensagens já chegou a afetar os relacionamentos vividos paralelamente por Sérgio. “Uma mandava uma mensagem diretamente pra outra, e a outra mandava diretamente pra primeira, aí eu tinha que intervir” (SÉRGIO, 2020).

Teresa (2020) acredita que o programa é mais confiável para encontrar um relacionamento, ao invés de conhecer alguém em aplicativos ou outros espaços, como festas. Para a ouvinte, há muita enganação e pessoas mal intencionadas por aí, mas “pela rádio os que eu conheci eram tudo igual no *WhatsApp*”.

Dependendo de como são essas interações, as mensagens são mal recebidas por ouvintes como Helena. “Porque no grupo tu vê lá, tem umas meninas lá desesperadas porque querem arrumar um namorado” (HELENA, 2020). Outras postagens recebem críticas de ouvintes como Ricardo. “[...] mulher casada não vai convidar um cara pra dentro da casa, ‘bora beber aqui em casa’. Não tem condições. O cara não vai com boa intenção” (RICARDO, 2020).

Tem muita gente que entra lá pensando que o grupo é de sacanagem, pornografia. E o grupo não é assim. O grupo é bem sincero, até porque ele tá vinculado no telefone da 99FM [o *WhatsApp* da rádio faz parte do grupo]. Então de manhã, já pensou eles abrem o grupo Amigos do Aelson e veem lá uma foto de um homem pelado, uma mulher pelada? O grupo é de respeito (HELENA, 2020)

Essas situações, em que os ouvintes do grupo avaliam os outros integrantes pelo modo como agem, demonstra que se sentem afetados com aquelas interações, e criam uma imagem sobre pessoas que, algumas vezes, ainda não conhecem, baseados em experiências passadas, estereótipos ou até fofocas. Não fazer algo, com receio do que aquela atitude possa parecer e já supondo o que os outros vão pensar, nos remete à ideia de George Mead sobre dupla afetação, o que foi trabalhado por França (2016).

Para a autora, o ser humano se comunica para afetar o outro, e nesse processo há uma projeção, uma suposição da consciência do outro, em que se prevê como será a reação do outro mediante o que pretendemos realizar. E essa suposição acaba modificando nossa própria ação, antecipadamente. O que confirma as reflexões da autora sobre os modelos interativos não estarem construídos de forma definitiva, mas sim se modificam no percurso das interações.

E essas percepções entre os ouvintes, que não se conhecem pessoalmente, extrapolam o conteúdo das mensagens ou de imagens compartilhadas. Para Sérgio, é possível reconhecer as características das pessoas a partir da forma com que se comportam no grupo. “Como você digita, como você se comporta eu posso te prever. Você olha a pessoa ali, você nota o jeito dela” (SÉRGIO, 2020).

Ainda assim, a inclusão do *WhatsApp* como forma de participação é bem vista pelos ouvintes. “O *WhatsApp* fez a gente ver o seu rosto. Antes a gente só ouvia, sabia seu nome, sabia um pouco de você. O *WhatsApp* fez o programa crescer” (SÉRGIO, 2020). Ricardo chega a sugerir uma opção, que reúne o modo tradicional de interação pelo rádio, com as atuais tecnologias. “Eu achava melhor que continuasse, uma parte como antigamente e uma parte atual, com o zap. Os dois juntos [*whatsapp* e participação ao vivo pelo telefone] fortalecia mais o programa”. O aplicativo é encarado como facilitador do contato com o locutor. “Pelo telefone a linha dá ocupada, né? Aí dá vontade de desistir. Pelo *WhatsApp* a gente manda mensagem e ele vai logo falando” (TERESA, 2020).

Ricardo acredita que são as interações diárias e os recados enviados pelos ouvintes na hora do programa que mantém a audiência do Amor Sem Fim. “[...] o grupo são mais de 60 pessoas, 200 pessoas, que mantem aquela força ali. ‘Bora ligar pro Aelson’, ‘bora participar’” (RICARDO, 2020). “ele deve muito aos grupos, pra manter a força dele”, “a audiência deles, a partir de quando criou o grupo, se manteve” (RICARDO, 2020). “O *WhatsApp* fez a gente ver o seu rosto. Antes a gente só ouvia, sabia seu nome, sabia um pouco de você. O *WhatsApp* fez o programa crescer” (SÉRGIO, 2020).

É importante compartilhar a colocação feita por Ricardo e Sérgio, de que são os grupos que mantêm a audiência do programa, confirmando o que já foi dito por Neuberger (2012) sobre o fato de que, para o ouvinte na era de convergência midiática, a participação e a colaboração no conteúdo radiofônico são importantes, e caso as emissoras se fechem para essa realidade, estariam fadadas a uma vida curta.

Embora a rádio 99FM se mantenha no interesse de ser próxima do ouvinte, alguns aspectos relativos ao Amor Sem Fim ainda não foram investigados pela equipe do programa. Mesmo que o uso do *WhatsApp* tenha se tornado o diferencial na relação com os ouvintes, é pelo contato pessoal do locutor que eles se sentem mais acolhidos. É do locutor que sentem falta, que se consideram amigos. Nas entrevistas e nas observações do grupo, é perceptível o carinho com a figura específica do Aelson Silva. Ao entrevistar esses cinco ouvintes foi possível adicionar outras percepções à pesquisa, não observadas no grupo, e que abriram espaço para novos questionamentos, como a possibilidade da audiência de um programa de rádio ser influenciada

por um grupo de *WhatsApp*. E o amor romântico segue tendo espaço na programação radiofônica e nos sentimentos dos ouvintes, mesmo com os inúmeros aplicativos de relacionamento disponíveis. Os ouvintes abriram espaço apenas para o uso do *WhatsApp*.

É na voz do locutor que sentem acolhidos. É com a trilha sonora do programa que querem sonhar. É nos grupos que compartilham experiências. E é nos encontros presenciais que confirmam os afetos. A radiomorfose que segue nos instigado e surpreendendo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscar um amor a partir da mediação de um veículo midiático não é algo novo, e se consolidou quando as empresas perceberam que investir em programas que pudessem explorar os sentimentos dos ouvintes/telespectadores/leitores era lucrativo. O amor, “posto em conserva”, como disse Edgar Morin (1969, p. 29), se tornou um tema lucrativo e obsessivo para a indústria do entretenimento. No rádio, o amor romântico encontrou a morada perfeita, pois ao contrário da televisão, tinha no *dial* o incentivo do imaginário do ouvinte, embalado pela voz do locutor e por uma trilha sonora escolhida com esse intuito.

Com a internet, os veículos tiveram que se adaptar a novas demandas, e o rádio, mais uma vez, precisou se transformar. Uma das formas foi a inclusão do aplicativo *WhatsApp* para interagir com esse ouvinte tão mais conectado, criar perfis nas mídias sociais, fazer *lives*, continuar a interação com os ouvintes pela internet nos intervalos comerciais da programação. O mesmo ocorreu na rádio 99FM, em Belém, no Pará.

Ainda que a internet tenha possibilitado um leque maior de oportunidades, incluindo a busca de relacionamentos a partir de encontros virtuais e os aplicativos de música propiciem a escolha de *playlists* específicas, a emissora mantém, desde 1993, um programa dedicado a embalar os sentimentos do ouvinte, o Amor Sem Fim. Sem intenção de retirá-lo do ar, o programa concentrou a participação ao vivo do ouvinte ao aplicativo de mensagens instantâneas, o que teve uma série de desdobramentos, incluindo a formação de grupos no *WhatsApp* formados por ouvintes do programa. Um deles chamado de Amigos do Aelson.

Diante desse cenário, esta pesquisa teve como objetivo compreender a dinâmica de interações em grupo de *WhatsApp* que leva à construção de vínculos afetivos entre ouvintes de programas de rádio, a partir do estudo do programa Amor Sem Fim. Para chegar a essa compreensão, foi feita pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória, entrevistas com a produção do programa, observação participante no grupo Amigos do Aelson e entrevistas com ouvintes. Algumas observações também foram registradas em anotações de campo, como um dos encontros realizados presencialmente pelo grupo.

Para atender ao objetivo principal da pesquisa, este trabalho foi dividido em cinco capítulos, sendo o primeiro sobre o percurso metodológico da pesquisa, seguido de capítulos teórico, contextualização do programa, pesquisa de campo e, por último, a análise. Ao tentar encaixar a pesquisa nas possibilidades já existentes no campo da comunicação, foi perceptível o quanto o objeto de estudo é fluido. Não se trata de uma pesquisa de recepção ou pesquisa histórica, é mais que isso. Perceber que este estudo se localiza em um entremeio foi um desafio, e trouxe

resultados que propiciaram possibilidades de novas reflexões, especialmente das relações ouvinte/ouvinte, o ponto chave desta pesquisa.

Infelizmente, não foi possível ter acesso a gravações antigas do programa, solicitadas à emissora. É uma memória radiofônica que se perde ano a ano, quando os áudios do programa “perdem a validade” e são apagados, já que a 99FM não possui arquivo de áudio, segundo informações repassadas pela diretoria de programação da emissora.

Enquanto observava o grupo e reunia informações para a análise, um fato, embora não esteja encaixado necessariamente nas categorias elencadas, mas considerado relevante para este estudo, são as relações de poder existentes entre o que se espera de um casal, de um relacionamento. No grupo, embora existam mulheres que se sustentem, tenham casa própria e sejam responsáveis pela própria renda familiar, quando solteiras ainda demonstram a sensação de incompletude por não ter um companheiro, uma sensação que parece ser provocada pela busca do ideal de amor romântico, do que se convencionou como padrão e garantia de felicidade. Já as mulheres que supostamente encontraram seu “par”, gostam de comunicar sobre isso no grupo e fazer declarações de amor, mas em vários momentos demonstram ter uma relação de submissão com o parceiro, seja sobre a roupa com que deveriam ou não vestir e com quem deveriam ou não falar, seja como o caso de uma ouvinte, que não pôde ir ao encontro presencial do grupo, justificando que não tinha dinheiro para a passagem de ônibus, pois era o marido que a financiava em tudo.

Outro ponto que chamou atenção foi que, embora o programa não faça ou almeje restrições sobre a sexualidade dos ouvintes, é possível perceber que no Clube da Amizade é muito raro ouvir, durante o quadro, um ouvinte LGBTQI+ deixar o perfil para buscar um relacionamento a partir da rádio. Nos recadinhos amorosos também. E no grupo não é diferente. Durante o período observado, apenas uma pessoa se manifestou publicamente (sobre a sexualidade dela) nas interações no Amigos do Aelson. No mais, abertamente, o grupo mostrou-se composto majoritariamente por homens e mulheres cisnormativos e que se identificam como héteros.

Além da sexualidade, outro fator em comum foi a faixa etária, com integrantes entre 35 e 60 anos e que exercem funções trabalhistas na área de vigilância patrimonial e prestação de serviços domésticos. Entre os entrevistados que trabalham como vigilantes, a solidão noturna, somada à trilha sonora do programa, foi um ponto chave para que escutassem o programa, como forma de distração e para se manterem acordados. Interagir com o programa ou com o grupo foi uma consequência desse cenário. No caso das mulheres, o rádio apareceu como companheiro, uma trilha de fundo após um dia cansativo de trabalho, e que continuava em casa, nos afazeres

do lar. A voz do locutor e as palavras ditas por ele as inspirava a querer pensar em alguém, conversar, e o uso do *WhatsApp* para mandar recados ao programa e interagir no grupo rompia a vergonha de ligar para a rádio, facilitando a interação.

Nenhum dos entrevistados declarou usar aplicativo de relacionamento, e não há menção sobre isso nas conversas no Amigos do Aelson. Os ouvintes acham que o grupo já é suficiente, principalmente por essa relação de confiança. Esse entrelaço com o programa como “cola” nas relações mantidas pelos ouvintes no grupo mostram o veículo rádio como merecedor de confiança e a tecnologia como suporte.

Os ouvintes confiam na rádio e no apresentador. Sentem que podem contar, conversar com o amigo, visitá-lo pela manhã na outra rádio do mesmo grupo empresarial, mandar uma mensagem de *WhatsApp*. Ele vai ouvir, vai atender. E se algo der errado e porventura forem destratados por alguém na 99FM, eles têm a confiança de poder reclamar à produção, porque as pessoas na emissora são consideradas como íntimas pelos ouvintes. O mesmo ocorre com as reclamações recebidas pela secretária Daniele, que ao receber ligação do ouvinte, tenta mediar os conflitos e até chamar a atenção de quem acha que o programa não é sério. Esse é um dos fatores que diferencia, para os ouvintes, o fato de conhecer alguém pelo programa ou grupo (e se relacionar), ou desenvolver um relacionamento com alguém que conhece em outros espaços, como festas. Pela rádio e grupo eles acreditam ser mais confiável, se sentem mais à vontade e dizem ser possível conhecer alguém pelo modo como essa pessoa conversa no grupo, enxergam a rádio como suporte. Há ouvintes que mantêm relacionamentos apenas por quem conhecem a partir do programa e dos grupos.

O que é perceptível é que são pessoas que já escutam o programa há bastante tempo, o que remete a uma fala do diretor do programa: os ouvintes estão envelhecendo. E embora a programação tenha passado por adaptações e a direção dê uma garantia de que o programa não vai acabar, o quadro relativo ao Clube da Amizade parece estar minguando, com chances de deixar de existir. Isso porque as novas gerações de ouvintes podem até ser conquistadas pela programação musical, mas é uma geração com mais facilidade no uso de aplicativos de relacionamentos ao invés da rádio, uma concorrência percebida pela direção da emissora. Mesmo percebendo a concorrência dos aplicativos, a emissora não parece se interessar por capitalizar essas interações, investigar essa audiência que se manifesta para além da emissora. Não há uma pesquisa com os ouvintes, sobre o que mais gostam, o que não gostam, promoções específicas, ou uma dedicação maior em criar ações de comunicação nas mídias sociais para fortalecer o programa, conquistar e interagir com novos ouvintes.

Mesmo assim o programa se mantém no ar, e entre essas reflexões está o fato, mencionado pelos ouvintes entrevistados, de que são justamente os grupos de *WhatsApp* que ajudam na permanência do Amor Sem Fim. Em um cenário de convergência, os grupos formados por ouvintes aparecem como incentivadores e impulsionadores do programa. Os ouvintes se organizam nos grupos para mandar mensagens diárias ao programa, pedem músicas, mandam recados e declarações de amor.

O carinho pelo locutor se mostrou como um fator importante nessa interação com o programa. É fato que o recorte no grupo, embora necessário para a finalização da pesquisa, limita a compreensão sobre o público do programa, que vai muito além dos que usam a internet e são fãs do apresentador. Mas essa é uma questão que pode ser sondada em pesquisa futura, que carregue outros objetivos e propostas.

Os ouvintes da rádio 99FM criaram grupos de acordo com os programas com que se identificam. No grupo de ouvintes Amigos do Aelson a atmosfera romântica do programa Amor Sem Fim se mantém. Quando a ouvinte Helena diz que o grupo é de respeito e não é pornografia, ela reafirma que ali é o amor romântico que comanda. E essa busca idealizada é perceptível na observação das interações e nos depoimentos dos entrevistados. O ouvinte quer encontrar um amor, e se sente inspirado por isso, seja pelo o que locutor fala, seja pela música.

Ao informar aos ouvintes o número de seu próprio *WhatsApp*, o locutor fortalece a sua imagem, mas não necessariamente a imagem do programa. E possivelmente poderá contar com o apoio dos ouvintes caso decida por mudar de programa e emissora. Se a procura pelo Clube da Amizade ainda existe, mas os aplicativos de encontro são uma concorrência, uma sugestão seria pensar em uma opção que possa unir esses dois interesses. Uma sugestão de um ouvinte foi de que, quem sabe, a rádio poderia criar e testar um aplicativo apenas para ouvintes do Amor Sem Fim, em que fosse possível colocar mais informações e características dos ouvintes, fotos, e o compartilhamento de músicas e de mensagens ligados aos grupos.

Ser “um pouco psicólogo” como disse o antigo locutor do programa, Barriery Ramon, parece ser uma função abraçada por quem faz o programa. Desde a secretária, que escuta, sugere, conversa, filtra e cobra, e é uma pessoa importante nesse contato direto com o ouvinte, até a figura do locutor. E esse ambiente se expandiu de tal forma que também é compartilhado na figura de Luísa, como administradora do grupo. É da Luísa que os integrantes do grupo gostam e tem carinho. É com ela que vão conversar quando tem algum problema, ela que ouve, que agrega, que convida para encontros presenciais. É ela que faz a ponte com o locutor, mais do que os outros.

Um entrevistado dizer que se não fosse o rádio e os grupos, ele teria entrado em depressão, demonstra o quanto o veículo e suas ramificações estão inseridas no cotidiano do ouvinte, influenciando em dinâmicas pessoais. Buscar um amor pelo rádio é apenas uma dessas vertentes, que inclui amizade, conflitos, parceria, risos e uma série de afetos trocados que vão muito além da transmissão sonora.

A pesquisa não se encerra por aqui. Ainda há muito a contar. Assuntos ainda não foram explorados, como um estudo mais aprofundado da memória do programa e no grupo, e ativação dessa memória por trilhas sonoras; os ouvintes que não utilizam o *WhatsApp*, e ainda telefonam para o Clube da Amizade; os ouvintes se comportando como fãs do locutor; um mapeamento dos grupos existentes e a observação nesses grupos para um estudo comparativo (e se há concorrência entre eles), dentre outros.

Uma das intenções deste trabalho foi contribuir para o estado da arte dos estudos de comunicação radiofônica e para o campo comunicacional, ao tentarmos compreender a relação que o sujeito possui com uma mídia como o rádio e as relações e as interações que surgem a partir dessa mídia. Os grupos existem em função do programa e do vínculo formado com o locutor. Ainda que as interações ocorram de modo independente da transmissão do programa, é pelo locutor que os ouvintes esperam nos encontros presenciais, é ele o amigo que os ouvintes confiam e tem afeto, que comemoram o aniversário, levam comida e vão visitar fora do horário do Amor Sem Fim, na outra rádio da mesma empresa. É a falta dele que sentem quando ocasionalmente precisa ser substituído ou sai de férias. E é pelo programa que se sentem inspirados a demonstrarem seu romantismo, a terem suas mensagens lidas na rádio e ouvirem seu nome mencionado pelo apresentador. O locutor carrega o afeto dos ouvintes. E o programa Amor Sem Fim é o laço que une todos esses indivíduos.

## REFERÊNCIAS

ALVES, Rosental. Lições da crise americana: jornais mingam ou desaparecem, mas novos modelos tentam salvar o jornalismo. **Observatório da Imprensa**. Ed. 1045, de 10 de julho de 2019. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/crise-na-imprensa/licoes-da-crise-americana-jornais-mingam-ou-desaparecem-mas-novos-modelos-tentam-salvar-o-jornalismo/>. Acesso em: 23 jul. 2019.

ALVES, Rubem. **O amor que acende a lua**. 15<sup>o</sup> ed. Campinas: Papyrus, 2011.

ALVES, Teresa Costa. A afetividade na comunicação radiofônica: do processo de produção de rádio à intimidade da relação locutor/ouvinte. **Revista Sonora**, Campinas, v. 5, n 9, 2014.

BACHELARD, Gaston. Devaneio e Rádio. In: MEDITSCH, Eduardo (org). **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. p. 129-135.

BANG, Claus. Um mundo de som e música: musicoterapia e fonoaudiologia musical com crianças portadoras de deficiência auditiva e deficiência múltipla. In: RUUD, Even (org). **Música e Saúde**. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1991.

BARBOSA, Eline A. S. **Linguagem e interação no WhatsApp**. 2016. 94 p. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Letras) - Faculdade de Letras, UNIR, Porto Velho, 2016. Disponível em: <http://www.ri.unir.br/jspui/bitstream/123456789/2098/1/DISSERTA%C3%87%C3%83O%20ELIANE%20BARBOSA.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2020.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Lisboa: Edições 70, 1982.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. “As redes sociais são uma armadilha”. [entrevista concedida a] Ricardo Querol. **El País**. 8 jan. 2016. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427\\_675885.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427_675885.html). Acesso em: 19 set. 2017.

BRECHT, Bertold. Teoria do Rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio, textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. p. 35-45

BONIN, Jiani Adriana. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 121-127, dez. 2008. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4809>. Acesso em: 28 fev. 2020.

BRÍGIDA, Jessé A. S; SEIXAS, Netília S. A. In: PRATA, Nair e DEL BIANCO (orgs). **Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica**. Florianópolis: Insular, 2018.

BUREAU DE MARKETING E PESQUISA. **Pesquisa de audiência rádios AM e FM 2018**. Belém, 2018.

CALAZANS, Janaina de Holanda Costa; LIMA, Cecília Almeida Rodrigues. Sociabilidades virtuais: do nascimento da Internet à popularização dos *sites* de redes sociais online. In: **ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA**. 9. 2013, Ouro Preto (MG). Anais Eletrônicos do Encontro Nacional de História da Mídia. Universidade Federal de Ouro Preto, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/sociabilidades-virtuais-do-nascimento-da-internet-a-popularizacao-dos-sites-de-redes-sociais-online> > Acesso em: 12 de jan.2019

CAMPOS, C. G.. Manual de Radiojornalismo. Secretaria Especial de Comunicação Social da Prefeitura do Rio de Janeiro. Cadernos de Comunicação: Série Estudos – Vol. 6. maio de 2003. ISSN: 1676-5494. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204433/4101398/estudos6.pdf>

CAVALCANTI, Alexandra. **Relatório Conclusivo sobre o Rádio na década de 80**. Trabalho de Conclusão de Curso, integrante da pesquisa “Os setenta anos do Rádio em Belém”. Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pará, 1999.

COELHO, Maria C. P. **As narrações da cultura indígena da Amazônia**: lendas e histórias. 2003. 223 p. Tese de doutorado (Linguística). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003. Disponível em: [http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos\\_teses/LinguaPortuguesa/Maria\\_carmo.pdf](http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/LinguaPortuguesa/Maria_carmo.pdf). Acesso em: 28 jan. 2019.

COURT, Pedro Morandé. Família e sociedade contemporâneas. In: PETRINI, João Carlos; CAVALCANTI, Vanessa Ribeiro Simon (orgs). **Família, sociedade e subjetividades**. Uma perspectiva multidisciplinar. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

DEL BIANCO, Nelia. Rádio e memória do cotidiano. **Revista Brasileira de História da Mídia**. Vol.07.N01. Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia. jan/jun 2018.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e informação qualitativa**: aportes metodológicos. 5. ed. Campinas: Papirus, 2012.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

FERNANDES, Márcio; POLETTO, Thays Renata. Sons para sonhar. Sonhos para ouvir: as radionovelas e a mágica da palavra falada no rádio. **Revista Ide**. v.32 n.49 São Paulo, dez. 2009. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ide/v32n49/v32n49a14.pdf> > Acesso em: 12 jan. 2020.

FERRARETTO, Arthur. Um roteiro para compreender o rádio em sua fase de convergência. Prefácio. In: KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

- FLICK, Uwe. **Qualidade na pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel e AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para a internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.
- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto e a pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (orgs). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 154-174.
- FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (FGV). **30ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação nas Empresas**. 31. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2020. Disponível em: [https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt\\_2019.pdf](https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf) > Acesso em: 22 dez. 2019.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GONÇALVES, Fátima; VIEIRA, Ruth. **Ligo o rádio para sonhar: a história do rádio no Pará**. Prefeitura de Belém, 2003, 172p.
- GRISA, Jairo. **Histórias de ouvinte: a audiência popular no rádio**. Itajaí: Univali, 2003. 344p.
- GUIDI, Diego; MOURICEAU, Jean-Luc; PAES, Isabela. Sobre Viver. In: MARQUES, Ângela Salgueiro; MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; PESSOA, Sônia Caldas (orgs). **Afetos: pesquisas, reflexões e experiências em quatro encontros com Jean-Luc Moriceau**. [recurso eletrônico]. Belo Horizonte, MG: PPGCOM UFMG, 2019.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Séries Históricas e Estatísticas**. Disponível em: <https://serieestatisticas.ibge.gov.br/>. Acesso em: 12 abr. 2019.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **PNAD Contínua TIC 2017: Internet chega a três em cada quatro domicílios do país**. Agência IBGE Notícias. Ed. Estatísticas Sociais. Rio de Janeiro, IBGE, 2018. Publicado em 20/12/2018. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais> > Acesso em: 04 abr. 2019.
- IZQUIERDO, Ivan. **Memória**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2018.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. 3. ed. Coleção Comunicação. São Paulo: Contexto, 2007. 156p.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda: convergência digital e novos desafios na radiofusão**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Compartilhar, etiquetar: interações no rádio social. **Revista Comunicação Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 11, n. 30, p. 143-162, jan/abr. 2014. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/371>. Acesso em: 28 fev. 2020.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs). **Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2016. p. 277-294

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KOBARA, Jorge. Jorge Kobara: depoimento [12 de agosto de 2019] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 89min.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAMEIRA, Daniele. Daniele Lameira: depoimento [09 de agosto de 2018] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 23min.

LE BRETON, David. **Antropologia dos sentidos**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2016.

LEMOS, André. **Anjos Interativos e Retribalização do Mundo**. Sobre Interatividade e Interfaces Digitais., in Tendências XXI. Audiovisual, Telecomunicações, Multimedia, Dossiê Televisões. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, Lisboa, setembro de 1997, n. 02, pp. 19-29. ISSN 0873-3104.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social**. São Paulo: Editora Loyola, 1988.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico**. 8. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

MARQUES, Ângela Salgueiro; MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; PESSOA, Sônia Caldas. Apresentação. Conversações afetivas: modos plurais de acolher diferenças, performatividades e subjetividades na pesquisa. In: MARQUES, Ângela Salgueiro; MENDONÇA, Carlos Magno Camargos; PESSOA, Sônia Caldas (orgs). **Afetos: pesquisas, reflexões e experiências em quatro encontros com Jean-Luc Moriceau** [recurso eletrônico]. Belo Horizonte, MG: PPGCOM UFMG, 2019.

MCLEISH, Robert. **Produção de Rádio: um guia abrangente da produção radiofônica**. São Paulo: Summus, 2001. 248 p.

MENEZES, José Eugenio de Oliveira. Cultura do ouvir: vínculos sonoros na contemporaneidade. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. XXX., 2007, Santos. Anais Eletrônicos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos

Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0644-1.pdf> > Acesso em: 12 dez. 2019

MENEZES, José Eugenio de Oliveira; MARTINEZ, Mônica. Do Ego para o Eco-sistema: vínculos e afetos na contemporaneidade. **Comunicologia**. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília. V. 7, N. 1, JAN/JUN., 2014. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/issue/view/347> > Acesso em 12 dez. 2019

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). São Paulo: Atlas, 2010.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 1969.

NAVARRO LINS, Regina. **Novas formas de amar**. São Paulo: Editora Planeta, 2017.

NEUBERGER, R. S. A. **O Rádio na era da convergência das mídias**. Cruz das Almas: UFRB, 2012.

NOVELLI, Ana Lúcia R. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010.

NOVO TESTAMENTO, Coríntios 13: 4-7. In: Bíblia. Português. **Bíblia Online: o amor**. Disponível em: <https://www.bibliaonline.com.br/acf/1co/13> > Acesso em 17 ago. 2018.

NUNES, Mônica. **O mito no rádio: a voz e os signos de renovação periódica**. 3. ed. São Paulo: Anablume, 1993.

NUNES, Mônica. Rádio que Parla d'Amore: Memórias do Amor Romântico e de um País Imaginário. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. 40., 2017, Curitiba. Anais Eletrônicos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2276-3.pdf> > Acesso em: 12 jan.2019

OLIVEIRA, Rita de Cássia Magalhães de. (ENTRE)LINHAS DE UMA PESQUISA: o Diário de campo como dispositivo de (in)formação na/da abordagem (Auto)biográfica. **Revista Brasileira de Educação de Jovens e Adultos**, vol. 2, nº 4, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/educajovenseadultos/article/view/1059> > Acesso em: 20 dez.2018

ORTRIWANO, Gisela. **A informação no rádio, os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1985.

PLATÃO. **Apologia de Sócrates e o banquete**. São Paulo: Martin Claret, 2015.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos Gêneros, Novas Formas De Interação.** Tese de doutorado. Faculdade de Letras, UFMG: MG, 2008.

PRATA, Nair. A fidelidade do ouvinte de rádio. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO.** XXV., 2002, Salvador. Anais Eletrônicos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Salvador: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2002. Disponível em: [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP6\\_PRATA.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP6_PRATA.pdf) > Acesso em: 20 dez.2019

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. **E-compós.** 2007, pág.1-21.

QUADROS, Claudia I.; BESPALHOK, Flavia L. B; BIANCHI, Graziela S.; KASEKER, Monica P. Perfis de ouvintes: perspectivas e desafios no panorama radiofônico. **Revista Matrizes,** São Paulo, v. 11, n. 1, jan./abr, 2017. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/122896>. Acesso em: 12 fev. 2020.

QUADROS, Miriam. **As redes sociais no radiojornalismo radiofônico:** as estratégias interativas pelas rádios Gaúcha e CBN. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática, Faculdade de Comunicação Social, UFSM (RS), 2013.

RAMON, Barriery. Barriery Ramon: depoimento [08 de abril de 2019] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 37 min.

RECUERO, Raquel. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Revista FAMECOS,** Porto Alegre, v. 16, n. 38, p. 1-11, abr., 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/5309/3879>. Acesso em: 12 fev. 2020.

RECUERO, Raquel da Cunha. Redes Sociais no ciberespaço: Uma proposta de Estudo. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO.** XXVII., 2005, Rio de Janeiro. Anais Eletrônicos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0096-1.pdf> > Acesso em 20 jan.2019

REDE BRASIL AMAZÔNIA DE COMUNICAÇÃO. Rádio 99FM. Página inicial. Disponível em: <http://www.radio99.com.br/>

REIS, T., org. Manual de Comunicação LGBTI+. 2ª edição. Curitiba: Aliança Nacional LGBTI/GayLatino, 2018. ISBN: 978-85-66278-11-8.

RÜDIGER, Francisco. **O amor e a mídia**: problemas de legitimação do romantismo tardio. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: Annablume, 2003.

SASSI, Arlindo. Arlindo Sassi e os 25 anos do Love Songs. Entrevista concedida a Arthur Ferraretto. **Caros Ouvintes**. 14 set. 2009. Instituto de Estudos de Mídia. Disponível em: <http://www2.carosouvintes.org.br/arlindo-sassi-e-os-25-anos-do-love-songs/> Acesso em: 12 jul. 2019.

SILVA, Aelson. Alson Silva: depoimento [09 de agosto de 2018] Entrevistadora: Vanessa Monteiro. Belém - PA. Arquivo .mp3: 33min.

SILVA, Júlia L. O. A. **Rádio**: oralidade mediatizada - o spot e os elementos da linguagem radiofônica: Annablume, 1999.

SILVA, Vanessa Monteiro da. **Rádio Cupido, um estudo de caso do programa Amor Sem Fim**. 2008. Trabalho de conclusão do curso (Comunicação Social), Faculdade de Comunicação, Universidade Federal do Pará, Belém, 2008.

SOARES, Camila. Significações no imaginário coletivo construídos pelos programas de rádio. **Revista da Universidade Ibirapuera**, São Paulo, v. 8, p. 37-46, jul/dez., 2014. Disponível em: [http://www.revistaunib.com.br/vol8/Geral\\_2014\\_2.pdf](http://www.revistaunib.com.br/vol8/Geral_2014_2.pdf) > Acesso em 12 dez.2019

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

STUMPF, Ida Regina. Pesquisa bibliográfica. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs.). São Paulo: Atlas, 2010.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 2ª ed. Rio de Janeiro: Ed. Vozes. 1999.

THOMPSON, J. B. A interação mediada na era digital. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 3, set./dez, 2018. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0263276418808592>. Acesso em: 28 jan. 2019.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2010

TRIBUTO AO RÁDIO DO RIO DE JANEIRO. **Um breve histórico da Eldo pop, da 98 FM e da Beat 98**. Disponível em: <http://www.radorj.com.br/98fm.html> > Acesso em: 12 dez. 2019.

VAZ FILHO, Pedro. Rádio Clube de Pernambuco – 1919/2019: Cem anos. Sem esquecimento. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA**

**COMUNICAÇÃO.** 41., 2018, Joinville. Anais Eletrônicos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Joinville: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0649-1.pdf>> Acesso em: 11 jan. 2020.

VIEIRA, Bruno Sponchiado. **O rádio no Rio de Janeiro e no Brasil** – uma análise histórica do começo, da revolução jovem do fm na década de 70 até os dias atuais. 2012. 70p. Trabalho de Conclusão de Curso. Escola de Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: 2012. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/3828/1/BVieira.pdf> > Acesso em: 12 dez. 2019.

WE ARE SOCIAL. **Digital in 2018:** world's internet users pass the 4 billion mark. Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

## APÊNDICE 01 – TRANSCRIÇÃO DE DEPOIMENTOS DOS OUVINTES

- Depoimento de Helena:

Quando me aproximei do Thiago ele tava de conversa com uma outra pessoa do grupo, e eu com um outro rapaz. Aí eu separei, tive uma decepção. Aí ele veio conversar comigo, fazer amizade comigo. Perguntando se podia me conhecer, se podia namorar comigo. Já foi assim direto. Aí eu disse “olha, eu não vou namorar contigo porque você é namorado da fulana”. Aí ele disse “não, mas eu não tô com ela, a gente nunca se encontrou, a gente só conversa de p.v [no privado]”. Aí eu fui lá com ela, porque ela era minha amiga. Perguntei pra ela, perguntei se ela tava com ele ainda, ela disse que não, e que não tiveram nada, que foi só uma conversa e que eram só amigos. Aí eu pensei “então tá, né. Se é assim eu não tô traindo ninguém”. Aí eu aceitei namorar com ele. Nós não nos conhecíamos pessoalmente, fomos nos conhecer após um mês de conversa. Mas já estávamos namorando pelo *WhatsApp* E estávamos namorando firme! Nos falávamos toda noite, toda hora. Ouvíamos o programa, ele mandava mensagem pra mim, eu mandava mensagem pra ele. Só não estávamos morando juntos, ele morava na casa dele e eu na minha, só que a gente escutava junto, ele lá e eu na minha casa. Aí depois de oito meses nós fomos morar juntos. No grupo eu não sei se é o melhor lugar pra encontrar alguém. Porque depende, né? Tem aquela pessoa que é certa, e aquela pessoa que só quer brincar. Porque no grupo tu vê lá, tem umas meninas lá desesperadas porque querem arrumar um namorado. Até vai, encontra, mas não dá certo. Então eu acho que pra fazer amizade é bom. Mas pra arrumar um namorado, um casamento, é bem mais complicado. Mas tem vários casais que já saíram do grupo. Já o Clube da Amizade é uma questão de sorte, tu podes ter ou não. Eu acho que dá certo. Mas vai da sorte. Tem muita gente lá que quer brincar, né? Quer se aparecer, mas tem gente que tá procurando coisa séria. Por exemplo, assim, eu não vou pra festa. Nem todo mundo vai pra festa. Eu acho assim, se tu for pra uma festa, pra um bar, tu vais arrumar alguém daquele lugar. Eu por exemplo, não bebo, não fumo, não danço. Se eu for pra uma festa e encontrar um cara lá, ele vai estar porre, que futuro vai ter pra mim? Se eu não gosto daquele ambiente? Então eu acho que no *WhatsApp* tu escolhe. No programa também. Porque tu recebe os telefonemas e tu só aceita se tu ver se aquela pessoa é confiável. Porque tu recebe vários telefonemas. A desconfiança sempre tem, né? Porque a gente não conhece a pessoa. A gente só conhece aquilo que a pessoa tá falando, muita gente pode muito bem mentir. Dizer que é uma coisa e não é. Mas a gente vai tentando procurar saber de família, mãe. O Rodrigo me falou da mãe, das irmãs, onde ele morava, aí a gente vai descobrindo, vai investigando. Mas também é assim, eu não vou me encontrar com um cara hoje, começa a conversar, aí marca um encontro e sai pra ter outras coisas. Eu não. Primeiro eu estudo, eu procuro saber se é aquilo mesmo pra poder depois ser algo firme. Quem tá procurando, tem que continuar procurando, que vai achar, no rádio também. Tem muita gente que entra lá pensando que o grupo é de sacanagem, pornografia. E o grupo não é assim. O grupo é bem sincero, até porque ele tá vinculado no telefone da 99FM [o *WhatsApp* da rádio faz parte do grupo] . Então de manhã, já pensou eles abrem o grupo Amigos do Aelson e veem lá uma foto de um homem pelado, uma mulher pelada? O grupo é de respeito. Então quando uma pessoa entra lá e vê que não é assim [de pornografia], ela sai. Tem as regras do grupo. Quem quer fica, quem não quer, sai. Porque todo mundo na 99FM tem acesso ao grupo pelo *WhatsApp* da rádio. Olha, entrou um rapaz ontem, aí uma menina pediu uma foto dele. Aí ele foi e postou uma foto de cueca. Então não pode. Porque se é um grupo de respeito, se põe foto de cueca, a outra vai por de biquini. “Ah ele põe, então eu ponho”. Aí a gente foi, falou com ele “olha meu amigo, o grupo lá não pode por foto de sunga”. Ele pediu desculpas e disse que não ia mais acontecer. Ele não sabia, aí foi colocada a regra lá. Outra coisa,

tipo, eu sou Remo e outro do Paysandu. Eu posso dizer “ah, meu time vai jogar e vai ganhar”. Mas eu não posso dizer “ah o time dele não presta”. Porque isso já teve discussão no grupo, por causa de time. Isso não pode, se é um grupo de amigos, pra que isso? Nas eleições também teve problema, mas não pode. Se é pra fazer amizade, porque tá brigando? A gente chama no p.v, pede, se a pessoa continuar a gente remove. Mas até hoje ninguém foi removido por não cumprir as regras. No grupo tu encontras tanto uma pessoa que é do bem, quanto uma pessoa falsa. Tem aquela amizade, e com pouco tempo de convivência tu vai sabendo se ela é boa pra ti, ou se ela é falsa, porque tem muita gente falsa, que tu não pode confiar ou que te trai. Mas quando a gente descobre que a pessoa é verdadeira, é do bem, a gente leva aquela amizade. Eu acho que o programa aproxima as pessoas. Por ele ser romântico e por causa do Aelson, que é muito gente boa. Se você tiver um problema e ligar pra ele, ele vai te escutar. Vai te dar um conselho, dizer o que é melhor pra ti. Aí aquilo é bom, vai criando confiança. O *WhatsApp* deixa tudo mais próximo e facilita porque a gente fica mais perto dele [do locutor] e mais perto das pessoas. Em 2015 foi o aniversário dele em setembro. Aí nós nos juntamos numa turma, meninas, rapazes, aí nós fizemos torta, bolo, pizza, sobremesa. Combinamos e fomos pra lá. No dia do aniversário fomos mais cedo, chegamos lá 21h. Aí tava outro locutor no ar. Ele disse pra gente se esconder lá atrás numa salinha, quando for dez horas eu entrego o programa pra ele e ele não sabe que vocês estão aqui, não sabe de nada. Aí vocês vem. Aí a gente ficou com o ouvido no fone pra escutar o programa terminar, aí quando terminou, o Aelson entrou no ar, nós fomos pra lá, apagaram as luzes do corredor, compramos coroa de rei pra ele, colocamos em cima da torta, cantamos parabéns, ele até chorou nesse dia. Disse que foi o melhor aniversário dele. Quando ele chegou ele disse “hoje as meninas vão lá comigo”. Quando chegou não viu ninguém, ficou triste. Éramos 12 pessoas, não dava pra ir todo mundo porque o estúdio é pequeno. Se muita gente fosse ia ficar de fora. Cantamos parabéns, botamos balão. Então desde lá pra cá nós nunca mais deixamos em branco, todo ano a gente faz. Hoje o programa, de 1 a 10, o programa é 10. Tanto que quanto ele tá de férias e colocam outra pessoa pra mim não é a mesma coisa. Não sei porque. Não é a mesma coisa, não é como ele lê as mensagens e fala com o público. Eu gosto das mensagens, com aquela música de fundo, que toca no coração da gente. Toda noite eu escuto, peço música, mando recado. Eu chamo ele de anjo. Antes quando eu escutava o programa sem conhecer o Aelson eu nunca imaginava que eu ia conhecer o locutor do Amor Sem Fim. Só que o Aelson é uma pessoa muito humilde, ele fala contigo, com todo mundo, do mesmo jeito. Ele não tem aquela preferência. Então por isso fez a gente ficar amigo dele. Se a gente conversar com ele lá, se tiver eu, ele, uma colega, o que a gente conversar lá a conversa não sai daí. Por isso que ele criou uma amizade com a gente, sabendo que tem confiança. “Ah, porque Aelson falou isso, Aelson falou aquilo”, não. O que a gente conversa com ele, lá fica. Não tem aquela coisa de ficar contando. Então isso criou uma amizade entre a gente, né. Uma confiança. A casa dele a gente não frequenta, mas a gente frequenta clube, piscina, ele vai com a esposa, a esposa dele é nossa amiga, os filhos. O programa ficaria melhor se a gente pudesse ir de volta lá a noite. Eu acho que o Amor Sem Fim vai permanecer porque o romantismo ainda tá valendo. Eu sou uma pessoa romântica ainda. (HELENA, 2019).

#### - Depoimento de Teresa

Eu não mudaria nada no programa, tá muito bom do jeito que tá. Eu gosto do jeito que o Aelson conversa, a mensagem, o jeito que ele detalha as mensagens na rádio. A mudança pro *WhatsApp* foi boa, mas pra entrar no Clube da Amizade, ainda tem que ser pela rádio, não pode pelo *WhatsApp*. Pra mandar músicas, essas coisas, é melhor [o *WhatsApp*], porque pelo telefone a linha dá ocupada, né? Aí dá vontade de desistir. Pelo *WhatsApp* a gente manda msg e

ele vai logo falando. Eu mando mensagem, peço música, mando oferecimento, tudo pro número dele. Eu achei bom porque a gente pode mandar mensagem. E também porque ele confia [de dar o número pessoal], porque tem muita gente que quer fazer só sacanagem, né? Mandar mensagem inadequada, falar alguma merda. Já participei do Clube da Amizade várias vezes. Pensei “Vou ligar pra ver se dá certo pra eu conhecer alguém”...aí ligava, conseguia, às vezes eu conseguia logo de primeira [a ligação] às vezes demorava, né? Porque é muita gente que liga. Aí deixei meu perfil lá e conheci algumas pessoas. Era rápido, depois que eu ligava e deixava meu perfil lá as pessoas começavam a ligar, às vezes eram três, quatro pessoas, às vezes nenhum, às vezes só ligavam e pegavam o *WhatsApp* e ficavam conversando pelo *WhatsApp*, ou às vezes ficávamos no telefone. Cheguei a conhecer pessoalmente, mas não deu certo. Agora não faço mais isso, mas fazia muito. Lá onde eu moro é que nem interior, pra conhecer pessoas só lá naquele bairro, e às vezes a gente nem confia muito também, pra conhecer por lá. Daí eu conhecia pela rádio porque eu achava interessante, ver se era como a pessoa dizia mesmo. Hoje em dia é mais pelo *WhatsApp* agora eu nem ligo mais pra participar. Eu conhecia e nunca dava certo, aí pensei “ah, vou parar de ligar, porque talvez não seja por aí que eu conheça alguém que dê certo”. De vez em quando ainda me dá vontade de ligar, mas eu digo “não, melhor não”. As conversas, o jeito, essas coisas, era igual no telefone, mas não deu certo mesmo, a química não deu certo. É bom porque a pessoa vai conhecendo, se der certo o perfil, se combinam. Conheço os aplicativos de relacionamento, mas nunca usei. Acho que assim, a gente não conhece a pessoa pelos aplicativos, aí as vezes a gente vai conhecer e não é o que a pessoa diz, não é o que a pessoa coloca no perfil, às vezes é outra coisa. Pela rádio os que eu conheci eram tudo igual no *WhatsApp*. Pela rádio os que a gente conhece são daqui mesmo, não são de longe. Já pelos aplicativos as pessoas são mais de longe, aí eles já querem que a gente vá conhecer em outro estado. Prefiro conhecer pessoas pela rádio porque eles são daqui mesmo. Conhecer nas festas eu já não acho muito bom, porque as pessoas já estão pra lá de Bagdá, meio chapadas, então não acho muito bom, aí já ultrapassam, a pessoa não quer só conhecer, conversar, já quer ir pra uma parte mais íntima. E eu gosto de conhecer, conversar, aí depois marca um segundo encontro, aí vai conversando, mas isso de ir saindo logo de primeira já não é comigo. Eu gostava muito de ir pra aparelhagem. Mas a aparelhagem que eu gostava foi se acabando. Então hoje em dia vou mais pra festa de família, pro encontro do grupo, ou se eu tiver algumas amigas que eu já confie mais aí a gente já confia pra sair. Agora sair com quem a gente mal conhece não é bom. Sempre quis entrar no grupo mas nunca me passavam o número da Luísa. Queria entrar porque escuto o amor sem fim desde o começo. Aí fiquei interessada, né? Pra conhecer as pessoas. Como moro longe não tenho muita amizade, não saio muito, aí achei que era um jeito de conhecer as pessoas, me distrair mais, conversar. Eu gosto das músicas do programa, da voz do Aelson, que é bonita. Porque eu sou romântica. Quando era mais jovem fantasiava muito. Hoje não. Eu espero que a pessoa seja companheira, carinhosa, me trate bem, que goste de fazer surpresas, um jantar romântico, dar presente. É difícil encontrar, e acho que nunca vou conseguir, pelo menos assim do jeito que eu tô. Ninguém é perfeito, mas tem algumas qualidades que eu gostaria que tivesse, nem que não sejam todas, mas pelo menos umas duas, três. Já conheci uma pessoa pelo grupo, me relacionei. Mas não deu certo. Eu tô gostando muito do grupo, só participo desse. Gosto muito de conversar, já conheci a Luísa, e alguns participantes, daí eu gostei, achei que eles são bem agradáveis, bem companheiros, a gente conversa sobre outros assuntos no grupo, um é companheiro do outro, se tiveres com problemas eles dão conselho, dão força, dizem que tudo vai dar certo. Eu acho que eles tratam a gente bem, como família. Se a gente tem algum problema alguns lá falam, um dá força pro outro, um acolhe o outro. Eu tenho dois grupos da minha família. Um é só bom dia e boa tarde, e o outro eu nem falo. Na minha família eles são amigos, mas aquela proximidade é só com alguns, poucos. Tem problema de família, outras coisas,

tem rixa. Eu conversei mais com o pessoal do grupo [Amigos do Aelson] do que com o grupo da minha família. (TERESA, 2020).

#### - Depoimento do Ricardo

Eu sempre ouvia a rádio 99FM. Aí uma amiga minha perguntou “tu quer conhecer a rádio, o Aelson?” Na época a gente ainda podia visitar ele, ia lá dez horas da noite, comia um rango, era um banquete lá em cima pra todo mundo. Aí conheci o Aelson, as músicas também são excelentes. No tempo que eu namorava a minha esposa, a gente ouvia música, eu mandava mensagem “égua, Aelson, obrigada, tu me lembrou o tempo que eu namorava a minha esposa”. Essa que é a minha intenção, é mais interagir mesmo com as pessoas, conhecer novas pessoas e conhecer mais o Aelson mesmo, que é gente boa. Eu gostava de ir visitar a rádio pra participar, porque a gente tinha liberdade lá, era como se fosse uma confraternização à noite. Eu perguntava “e aí, Aelson, o que vai ter hoje aí?”, aí ele dizia “vem aqui!”. Aí rolava comida, torta, eu era o cara da pizza. Minha esposa até me esculhambava “pros outros tu paga pizza e aqui tu não paga nenhuma pra mim”. Porque eu chegava lá e pedia “manda duas pizzas aí”, aí oopa, “ele vai pagar duas pizzas”, ele falava ao vivo! E isso minha esposa escutava em casa. Aí pronto, eu disse “olha tu tá me queimando”, e ele dizia “mas tem que falar”. Era tipo uma família, a gente ia pra lá, chamava os outros locutores, os amigos lá da rádio, a rádio ao vivo e ele comentava lá. A gente se ajudava, falava ao vivo junto com ele lá, eu interagia com eles e era muito bom. Infelizmente não pode mais. Eu já escutava o programa desde a época do antigo locutor, tem até aquele brega! Antes as músicas eram muito do passado. O locutor anterior era excelente, mas pra juventude de hoje em dia o Aelson se deu bem por quê? O zap [whatsapp]. Quando ele passou a usar o zap, já era. Ele começou a usar o zap e as pessoas começaram a fazer o quê? Grupos! As meninas começaram a fazer grupos. Então ele começou a interagir mais com as pessoas porque trouxe as pessoas pra dentro da rádio. A partir disso ele ganhou público mesmo, porque ficam mais próximos do locutor, e ele é carismático mesmo. E o grupo são mais de 60 pessoas, 200 pessoas, que mantem aquela força alí. “Bora ligar pro Aelson”, “bora participar”. A gente liga pra ele, manda mensagem. O grupo interage com o Aelson, isso mantém a força dele. Outros estados já mandam também, pessoas que não são daqui, que ouvem por lá pela internet. Ou seja, ele deve muito aos grupos, pra manter a força dele. O que que faz um grupo? [...] a pessoa quando chega a noite ela manda mensagem, manda um abraço pro grupo. Então assim vão se comunicando e um vai ajudando o outro. Tanto o Aelson ajudando o grupo, quanto o grupo vai ajudando o Aelson, pra expandir a comunicação dele. Então pra mim o grupo é muito importante. A audiência deles, a partir de quando criou o grupo, se manteve. Porque se não tivesse o grupo a audiência não se mantinha. Porque hoje em dia, aqui pra gente, tu curte música romântica? Tu tens outros estilos. Mas ele não pode tocar outros estilos porque foge do romantismo dele. No Clube da Amizade é igual encontro de casais. Você quer encontrar uma pessoa. Quando eu entrei na rádio e conheci o Aelson eu já tinha encontrado a minha esposa. Até um dia eu levei ela pra conhecer o Aelson, porque isso [Clube da Amizade] era mais pra solteiros, então como eu já era casado, não me interessa mais. Mas eu tinha colegas que entraram, conheceram pessoas que gostaram, se deram bem, e foram tentar. Vai ver se não era a cara metade? E até hoje estão juntos, ouvem ainda o programa, dizem obrigado ao Aelson. No grupo as pessoas também ficam lá. Eu só oferecia música. Nos encontros, a gente conhecia um pessoal de tudo que é jeito, uma galera mesmo. Era muita gente. Esse [Amigos do Aelson] foi o primeiro grupo dele que botou quente foi esse. A gente ia pra rádio, eu voltava pra casa duas horas. Depois a gente levava todo mundo pras casas. Era um encontro mesmo, aí foi desgastando, desgastando. Outros grupos foram surgindo. Eu acho que é melhor conversar cara a cara. Hoje em dia, no nosso tempo não tinha zap.

Agora hoje em dia não, é tudo zap. Falar na rádio hoje em dia é melhor. As vezes a pessoa tá no grupo, quer mandar um recado pra uma menina, ela vai saber que eu mandei a mensagem pra ela, mas o pessoal não vai saber. Chega lá na hora, manda música pra ela. No outro dia lá no grupo tá lá o comentário “olha, tu mandaste pra quem? Quem foi?” Então ficam se comunicando através do grupo mas também através da rádio. A rádio faz com que a pessoa fique assim, tipo apaixonada. Os encontros de cara metade eles estão conseguindo, agora se vai evoluir, é outra coisa. Eu achava melhor que continuasse, uma parte como antigamente e uma parte atual, com o zap. Os dois juntos [whatsapp e participação ao vivo pelo telefone] fortalecia mais o programa. Porque aí o pessoal quer participar, tem que ser ao vivo, tem que ser mais pessoas. Pra mim isso acaba restringindo mais o programa, colocando uma porcentagem, olha 12 pessoas pra participar [do Clube da Amizade], não! É livre, né? Antigamente era livre, “olha quem ligar até tantas horas eu vou colocar, se ligar depois não vou”. Então pronto. Gosto das músicas, do que o Aelson fala, ele consegue interagir com a população. O palavreado dele é um palavreado mais jovem. Ele gosta de falar, de perguntar “oi, tudo bem? Como é que você tá?” Antigamente não, era mais fechado, não interagiam com o público como é agora. O Aelson já fala, já gosta, já bate papo com a gente. Eu me considero um cara romântico. Quando eu tava lá na rádio eu mandava pra ela, mandava,

e mandava. Mas se eu percebo que a pessoa não quer mais, eu não mando. Já pensou? Eu mando pra ti tu tens que falar alguma coisa. E ela não fala! Ficava calada. Ia lá no face, escrevia um bocado de palavra bonita. Por que tu não falou? Não me deste nem um oi, nem um positivo [like] ? “ah porque fiquei com vergonha”. Aí quando eu vejo lá no outro dia tá lá publicando de outra pessoa que ela postou. Ah, quer fazer graça. Não entendo a minha esposa. Eu já escutava a 99Fm desde que comecei a namorar com ela. Ela tinha 16 e eu tinha 18. Aí gostávamos de música romântica, eu mandava música pra ela, ela gostava, porque ela gosta muito de música romântica. Aí a gente começou a namorar. O pai dela gosta de música antiga, de coroa, então ela gostava mais antes. No meu celular só tem musica romântica. Eu já troquei umas dez vezes de chip, porque ela fica desconfiada. Eu mandava carta pro Aelson, aí ele avisava e eu gravava. Eu tinha várias gravadas. Eu mandava texto grande. E ele dizia “olha, tá muito grande, vou reduzir”, ele falava ao vivo. O grupo nunca é família, infelizmente. Porque tem muita inveja. Olha, se você colocar sua foto, no grupo, se você é bonita, aquela pessoa que ver a sua foto vai ficar com inveja de você. Vai ficar, que eu conheço. Tem um grupo em que uma colega minha, se eu tô falando com uma pessoa ela vai e se mete. “Ah porque eu tenho ciúme dos meus colegas”. Aí ela começa a contrariar a menina. Ela começa a te rebaixar, aí a menina se morde e sai. Então não é uma família. Já no outro grupo acho que pode ser. Até um dia e falei pra uma pessoa, “olha toma cuidado com essa pessoa, assim, assado, que ela tá com ciúme de ti”. Aí ela disse “mentira?”. Até que um dia lá elas brigaram, aí não é mais uma família. Aí saiu do grupo, ficou com raiva. Olha tem grupo que eu sei, que tipo, você é uma mulher casada, mulher casada não vai convidar um cara pra dentro da casa, “bora beber aqui em casa”. Não tem condições. O cara não vai com boa intenção, então não é grupo, “ah, mas é família”...família nossa que a gente tem é o grupo que eu tenho fora a parte. No outro grupo é mais família, quem é casado? Olha esse pessoal não mexe, a gente divide as coisas. Alguns grupos podem sim ser família, agora outros não. No Amigos do Aelson tem coisa que são, com os mais antigos, que eles conversam mais entre eles. Antigamente era mais família, agora não é mais. A gente ajudava o pessoal, ia junto. Antes nos encontros eu ia. Mas já saiu muita gente. Eu tava até pensando em sair também, eu e um colega meu. A gente fala às vezes lá ninguém fala com a gente. Ficam mordido não sei porquê. Chamam a gente de abestado. A gente leva na esportiva. Eles vivem brigando, eles mesmo se brigam. Troca de nome. Às vezes um quer um nome, o outro não quer, as vezes põe a foto de uma pessoa,

aí ficam brigando entre eles. Eu acho que o programa deveria por mais o público ao vivo, chegar lá na hora ele falava com a gente. Ele dar o zap dele é uma confiança né? É o telefone dele mesmo. Às vezes eu to lá em casa sem fazer nada e aí mando um zap pra ele, ele responde. É o zap dele mesmo. Eu acho uma boa. É uma confiança que ele dá pro público dele, eu acho muito bacana da parte dele. (RICARDO, 2020).

#### - Depoimento do Luan

Eu acordo e já estou ligado na rádio. Se eu tiver em casa, é direto. Se estiver fazendo as coisas, varrendo, limpando, o rádio tá ligado. Se não tiver música eu não faço nada. Eu me lembro que minha mãe me deu um gravador em 94, e eu já escutava o programa. Eu gravava na fita. E o programa ainda tinha mais, que era a leitura da carta. Era bacana também. Antigamente mandava uma carta pra e lá ele lia tua carta de amor pra outra pessoa, pra pedir em casamento, namoro. Eu nunca mandei, mas já mandaram pra mim. Carta, mensagem, isso eu estou acostumado a receber, mas a mandar não. Eu fico com vergonha, porque a encarnação é grande no grupo. Pra essas coisas, eu sempre fico um pouco com vergonha. Eu ligava pra falar, pra mandar abraço, beijo. Pra conhecer alguém na verdade nunca mandei. Porque eu sempre conheci...hoje é pelo grupo, mas antes a gente ligava pra lá, ligava pedindo o número, mas assim, ligar pra me conhecerem, eu não tenho essa coragem não. No grupo já é diferente, porque tu já tem intimidade, já conhece. No grupo a gente conversa com as meninas, conhece os meninos, e como eu te falei, através de uma brincadeira, tá junto, bebendo, aí pinta aquele clima, não precisa estar ligando pra rádio. Não vou te mentir não, eu já conheci muita gente pelo grupo. Hoje não, hoje eu tô mais quieto, mais sossegado. Mas antigamente, égua, tu é doido. Geralmente a gente se conhece nos encontros. Geralmente no ano a gente faz uns três encontros do grupo, fora isso tem aniversário que o pessoal faz e convida os mais chegados. Aniversário do Aelson, “ah bora fazer”, aí as meninas geralmente se organizam pra fazer. Se eu tiver de folga eu vou. Vou te dizer que no Amigos do Aelson tem casal que tá junto até hoje. Que se conheceu no grupo e tá junto. Eu acho que eu tenho o dedo podre pra mulher, então hoje eu digo assim “tô fechado pra balanço”. Prefiro ficar só. Já procurei muito, hoje não, eu tô mais sossegado, deixo acontecer. Não vejo muita diferença de antes pra agora [o programa]. Mas pra mim o Aelson é melhor, não que os outros não sejam. Mas é até pela voz dele, pelo carisma, ele abre mais espaço pros ouvintes, ele é mais carismático. É o tipo da pessoa que se tiver um aniversário e chamar ele, ele vai. Se ele fizer o aniversário dele, ele chama a gente que é mais íntimo dele. Se a gente quiser ir na rádio, é só avisar ele, que a gente entra. Isso aí aproxima muito ele do público. Tanto que quando ele adoecer, ou entra de férias, e falta no programa, não é a mesma coisa. Eu falo pro diretor, olha não é a mesma coisa, tenho certeza que a audiência cai. O programa não mudou muito. Do começo até hoje não renovou muito não. Mas assim, é um programa que prende a gente. Porque serve pra todas as emoções, tu estás alegre, estás triste, tá deprimido, ele te prende. Se tu estavas triste tu podes escutar que passa tua tristeza, se estiver alegre, mais alegre tu ficas. Até porque se tiver triste, aí a gente começa a interagir com as pessoas através do programa, aí vai pros grupos, aí passa aquela tristeza, vai embora. Às vezes tu conheces as pessoas através do programa, às vezes por uma brincadeira, uma piada, entendeu? É muito bom. E realmente as pessoas que a gente conhece na rádio é um tipo de amizade muito bom, tanto com locutores, como diretor da rádio, o Kobara. Amizade deles com os ouvintes é muito boa, eles abrem o espaço pra gente interagir com eles, é bom demais. Eu sou amigo pessoal do Neto [locutor], do Alessandro [locutor], do Aelson também, mas através da rádio. A gente foi se conhecendo, foi pra aniversário, aí pronto, virou tudo isso aí. É só essa rádio que escuto. A minha mãe que diz, quando ela chega e eu to escutando, “vem cá esse celular só funciona essa rádio é? O resto tá tudo quebrado?”. Às vezes eu vou pra um aniversário ou em qualquer lugar,

na hora dos programas eu pego o fone e coloco. Se não escutar, as vezes acompanho pelo grupo. O *WhatsApp* é uma faca de dois gumes. Melhorou porque aproximou muito as pessoas. Porque antigamente era ligação, e nem todo mundo tinha telefone. Mas hoje não, hoje todo mundo tem acesso. A única coisa que é chata é que quando tá todo mundo reunido aí vira todo mundo pra lá [faz o gesto de mexer no celular]. Sobre tirar a participação do ouvinte do ar, a gente não sentiu falta, porque a gente participa do mesmo jeito. Pode ver que no programa o ouvinte tá alí direto, então não fez falta. O que não me faz deixar o programa é conhecer pessoas novas, na amizade, na brincadeira, um círculo de amizades mesmo, sem esse negócio de ah querer ficar, não. Conhecer pessoas novas mesmo. São ideias, pensamentos diferentes. Vira e mexe tem uma briga. Mas qual família que não briga? Eu acho que é uma família porque se eu tiver me sentindo mal, eu digo, acho que esse negócio de depressão não ficou pra mim por causa da rádio também. Muitas das vezes que eu tava mal, tava péssimo, sozinho em casa, de achar que o mundo vai acabar e estar escutando a rádio, começar a escutar o programa do Aldrin [locutor da manhã], aquelas piadas dele, achar graça, aí começa a falar com o pessoal no grupo, tu cria aquela confiança e fala o que tá acontecendo, começam a te ajudar, então, é bom sim. Pra eu parar de escutar rádio só se eu ficar surdo. (LUAN, 2020).

#### - Depoimento do Sérgio

Esse programa aproxima as pessoas pra fazerem amizades, andarem juntos, se conhecerem, pra ter um relacionamento e realmente criar uma família. Eu te falo isso com toda certeza porque tenho amigos que tem hoje em dia as suas mulheres através do programa. Eu tenho amigas que conheceram os maridos pelo programa. Tem pessoas que se casaram, tem filhos, vivem juntos. No programa tem uma coisa linda que eu acho, é assim: as pessoas se conhecem e não tem medo de serem felizes. Se entregam. Vão, abraçam, beijam, dormem juntos, se amigam. Se não deu certo, como vários não deram certo, a gente fica sorrindo depois. Eu tive vários amores pelo programa. Pessoas que marcaram minha vida, que conheci deixando mensagens na rádio. Pessoas que pedem pra se por no grupo que eu tô. O programa aproxima nós do grupo. Tem pessoas alí que eu não consigo amanhecer e não perguntar como foi o dia dela, como tá família. Pelo jeito que é, porque a gente passa a ter intimidade, mas eu nunca tive nada. Eu apenas tenho uma amizade. E as pessoas com as quais eu me relacionei intimamente você nota claramente, porque não deixa de ter aquele apego maior, aquele sentido que tu notas que houve algo realmente alí. Isso acontece muito quando a gente tá ouvindo o programa. A pessoa manda uma mensagem pra outra “ah o fulano de tal”, e a gente fica “ih, aí tem”. Eu me escondia muito. Eu mandava mensagem pra uma, mas não podia aparecer porque eu me relacionava com outra. E essa por qualquer coisa criava confusão, ela ia na rádio brigar. Os grupos no programa foram surgindo, muito legais, muitas histórias, muitos casais formados, pessoas que já conheci, sou padrinho de uns, tem pessoas que casam no grupo e nem falam. Eu sou padrinho do filhos deles. Esses grupos depois que se juntam, criam uma afinidade entre uma pessoa e a outra, ficam uma família bem unida. Com todas as suas brigas, todos os seus erros, todas as suas formas boas e também as coisas ruins das famílias acontecem. Por exemplo, eu, não consigo pensar que você tá doente e não me incomodar, não consigo saber que tua mãe tá no hospital e não querer te dar uma ajuda, aí eu vou no teu p.v e falo contigo “tá precisando de uma ajuda?”, “tá precisando de alguma coisa?”, “posso ir aí contigo?”, “posso te visitar?”, então a gente procura ajudar mesmo, a gente conhece as pessoas com o tempo. Olha, tem pessoas que eu nunca vi pessoalmente, mas eu me dou tão bem, a gente se sente tão bem conversando, brincando, é conhecer a pessoa só através da tela do celular, mas você cria aquela intimidade com ela, você cria aquele vínculo sério. Os primeiros

encontros foram muita gente. Logo que surgiram os grupos foi aquela febre, aí entrava todo mundo, aquele monte de gente, todo mundo queria se conhecer, todo mundo querendo se conquistar. Eu fui um dos primeiros que disse “quero conhecer vocês um por um”, já quero ver quem é gordo, quem é baixo, quem é alto, quem é feio, quem é bonito. Eu falava assim porque eu sou brincalhão. E foram muitos encontros mesmo. Primeiro a gente fazia assim “vamos procurar um bar”, aí depois foi lanchonete, shopping, aí depois passou pra clube, e assim foram se dando esses encontros, os melhores sempre foram no aniversário do Aelson. Dá mais gente, a gente se concentra mais, a gente procura organizar, fazer uma coisa mais bonita. Antes, né? Esses agora não estão movimentados como os anteriores. O primeiro e o segundo foram muito legais, o terceiro também. A gente ia até a rádio, levava bolo, comida, bebida, tudo pra rádio. A gente ia muito na rádio. A gente cria uma intimidade um com o outro assim. A gente começa a conhecer um ao outro assim. Aí a gente já sabe, “aquele gosta de café daquele jeito, olha, ele ama o frango de fulana, ama o purê da ciclana”, e assim a gente vai se conhecendo. A gente se conhece muito. Eu comecei a participar mais do programa continuamente do programa com o Aelson, por ele, pela pessoa dele, que é um cara fantástico, um excelente radialista. Eu sinto falta das visitas na rádio. Antes a gente era liberado pra chegar a noite, a gente ficava lá durante o programa inteiro. Agora não, tem restrição. Era muito melhor quando a gente podia ir lá conversar com ele, a gente já era acostumado, chegava lá, levava uma pizza, passava a noite lá, até açai pra comer com carne e frango. A gente comemorava muito, passava a noite inteira, a tarde inteira juntos nos aniversários, ia pra rádio passava das dez da noite até uma da manhã, ou seja, três horas juntos, se conhecendo, brincando, a gente se conhecia de fato todo mundo. A gente chegava lá, a gente enchia aquela sala dele. Ficava todo mundo aglomerado alí, o ar condicionado não dava conta da gente. Era muito legal. Agora ficou mais restrito, mais fechado pro público. Geralmente quando a gente faz uma brincadeira, quando é aniversário dele, a gente se torna muito próximo. Mas aí, dois, três grupos fazem ao mesmo tempo. Aí eu digo que isso aí é ruim porque aí esvazia um, esvazia outro. Deixa ele sem um, e sem outro. Ele vem e passa uma hora em um, aí depois tem que ir pro outro. Sem contar os afazeres que tem, né. Porque sábado e domingo ele também trabalha. O *WhatsApp* eu acho que foi fundamental pra expandir mais o interesse do público, de nós ouvintes, pelo programa. O *WhatsApp* fez a gente ver o seu rosto. Antes a gente só ouvia, sabia seu nome, sabia um pouco de você. O *WhatsApp* fez o programa crescer. Tem o número do Aelson, tem o número da rádio. A gente conversa, a gente brinca. O *WhatsApp* você pode estar com três, quatro grupos, que são relacionados ao programa. Hoje eu me afastei mais do programa, mando uma ou duas mensagens por mês agora. Mas eu mandava todo dia. Tanto pros grupos quanto pra minhas namoradas, minhas amantes e as mulheres com as quais eu me envolvia. Aí mandava essas mensagens diretamente pra elas. Daí fiquei muito conhecido, como o mais apaixonado, o romântico, o poeta. O Aelson me apelidou de poeta pelas mensagens que eu dava. Certas coisas que eu escrevia ele dizia “rapaz, só falta eu chorar aqui. Tu és o nosso poeta”. E isso foi longe, eu recebia mensagem de São Paulo, Rio de Janeiro, Argentina, Portugal, Holanda. Quer dizer, pessoas que você nem imaginava conhecer. Mas essa popularidade toda tem um preço. Me afastei do face [*facebook*] também por causa disso, me afastei da rádio também por causa disso. O preço é nunca ser deixado em paz pelas mulheres. Isso me criou muitos problemas, aí eu falei com todo mundo “olha vou me afastar de todos vocês”. Minha vida ficou muito mexida com isso. Elas dizem que é por causa do meu tratamento com as pessoas no grupo e no programa, com todo mundo. Porque eu ia pro programa, às vezes. Às vezes eu tinha que mandar mensagem pro programa, pedindo desculpas, porque era eminente, uma e a outra se ofenderem pelo programa. Uma mandava uma mensagem diretamente pra outra, e a outra mandava diretamente pra primeira, aí eu tinha que intervir. O Aelson na sensibilidade dele dizia “não, não posso ler isso”. Tudo pelo *WhatsApp* Eu fui vendo que isso tava muito frequente e tava muito aflorado já, eu achei melhor

me afastar. A última vez que vi meu celular antes de roubarem tinham 320 mensagens. Mensagens diretas mesmo, das mulheres que eu me relaciono, não era pro grupo. Eu mando mensagens de aniversário, mensagens do dia. É muita mensagem. Nunca participei do Clube da Amizade. Comigo as coisas acontecem muito direto, só mesmo de eu participar da rádio, do programa. Não é algo que entre no meu perfil, não acho necessário participar, ou me coloque pra atender uma ligação, pra falar com alguém dessa forma. E pra te ser sincero eu nunca ouvi um perfil que tenha me chamado atenção. Por exemplo, “ah, sou loira, tenho 25”, nunca me chamou atenção isso. Indo na rádio na hora do programa conheci seis mulheres. Mulheres legais, bacanas, não tinha nunca visto nem pelo *WhatsApp*. Foi só indo lá na rádio, conversando, brincando. Foram seis pessoas, seis relacionamentos. Nos grupos de *WhatsApp* se eu não me engano, já são 128 relacionamentos. Naturalmente esse número pode aumentar amanhã. Eu converso muito, sou muito brincalhão, e esse meu jeito, posso te dizer, que leva muita coisa. Quem me conhece mais intimamente já sabe, uma conversa aqui, uma conversa ali...como eles dizem “não deixa ele sozinho com uma mulher, senão já era, perdeste”. Mas é assim, a gente brinca, a gente conhece as pessoas, a gente vai tendo um relacionamento, normal, natural, ninguém força nada, ninguém explora ninguém. A gente vai conversando, e essa conversa vai fluindo, aí se tiver a parte do teu interesse, do meu interesse...e assim é. Como eu já me decepcionei com uma, tem mulheres que nunca nem quiseram me conhecer na vida, e tem mulheres que choram pra me conhecer. Eu já me apaixonei demais por uma mulher através da rádio, ao ponto de deixar o Aelson quase chorando sem ter o que falar, por causa das minhas mensagens, do que eu escrevia. Porque eu tava demais apaixonado, demais louco por aquela mulher. E até hoje eu nunca conheci ela. Foi a minha primeira paixão pela rádio. Eu vi a foto dela fiquei louco. Pelo *WhatsApp* não falta mulher, mas até hoje ela não quis me conhecer. E eu chorava, chorava. Meu celular ficava todo manchado de tanto lagrimar aqui. E às vezes eu encontro pessoas que me conhecem, mas a gente nunca se conheceu. Aí entra no grupo e fala comigo. A gente tem que ter coragem e iniciativa pra certas coisas. Olha, hoje de manhã eu levei um fora imenso, fazer o que? Faz parte, né? É mais um na nossa lista, são coisas que a gente aprende. Um programa como o Amor Sem Fim não acaba. Ele permanecesse sim. Cada dia tem uma renovação de pessoas. Pessoas que entram no grupo, agora, principalmente no *WhatsApp* elas levam isso muito pra frente. E os comentários [lidos na rádio] desses grupos, levam as pessoas a quererem participar, a viver coisas que a gente vive. O programa é bom porque com o Aelson você manda mensagem, conversa com ele, tem muitas pessoas que mandam mensagem pedindo um apoio, um conselho. Ele dar o número dele dá uma proximidade maior pro público dele, uma intimidade maior, faz ele conhecer realmente. O *WhatsApp* da rádio fica com todo mundo. Meio dia às duas é uma pessoa [locutor], depois de duas às cinco é outra...vai passando de mão em mão. O Aelson você no telefone dele, você pode escrever as mensagens que ele tá lendo ali, ele conversa contigo, você pode conversar com ele particularmente ali que ele conversa, ele pode até demorar a responder, mas ele responde. Ele fala com as pessoas realmente. Ou seja, quando ele coloca o particular dele ali, é o que ele diz, “aqui é minha linha com vocês”, e aquela linha dele ele tem o público dele. Você pode ver como fica a audiência, é só colocar alguém no lugar dele lá. O pessoal vai logo dizer “não é o Aelson”. Realmente tem diferença com ele, o carinho que ele tem com as pessoas, do jeito que as pessoas falam e lidam com ele. Eu nunca vi um apresentador ser tão visitado e as pessoas levarem tanta coisa como levavam pra ele. Criou aquele vínculo, aquela intimidade com ele. A gente fica sabendo se ele tá com problemas pelo telefone dele. Até quando ele tá lá na rádio, que ele tá fazendo o programa dele, a gente sabe, pela voz dele, a gente conhece. O jeito que ele tá lendo as mensagens, o jeito que ele tratando, a gente nota “olha o Aelson não tá legal hoje, tá acontecendo alguma coisa”. O dia que uma amiga nossa morreu ele pediu desculpas, disse que não tava legal porque uma participante de um grupo tinha morrido. Falou o nome dela. Ele tava sentindo, ele tinha

uma proximidade. Não tava legal, ele mesmo admitiu, tanto é que meia noite ele não apresentou mais nada, deixou só as músicas. Nós entendemos isso, porque a gente sabe, porque ele tem uma amizade. Não é só um radialista com seus ouvintes. É um radialista com seus ouvintes particulares, ele tem intimidade. O *WhatsApp* dele é importante pra isso, e ele sabe. Pela rádio você conhece um pouco das pessoas, nas festas você vive mais o momento, no grupo você descobre mais a personalidade da pessoa, mais uma coisa, porque como você digita, como você se comporta eu posso te prever. Você olha a pessoa ali, você nota o jeito dela. A forma de se comportar, um jeito, uma maneira. Tem gente que se afasta do grupo por causa de um relacionamento. Um namorado, um amante, o marido. Por causa de ciúme, tanto homem, quanto mulher. Chega uma hora que alguma coisa te aborrece. O programa Amor Sem Fim, outra rádio não tem igual. É por isso que a gente se dá tão bem com os grupos, porque a rádio ali é fundamental pra que a gente se una, pra que gente se conserve. Quando eu joga uma mensagem na rádio pra ti, não é só o grupo que ouve. É uma cidade inteira, é um país, é o mundo. As ondas da rádio chegam muito longe. (SÉRGIO, 2020)

**APÊNDICE 02 – TCLE (TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO)**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E  
AMAZÔNIA  
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Este é um convite para você participar da pesquisa que tem como título provisório: “O AMOR ESTÁ NO DIAL: INTERAÇÕES E AFETOS ENTRE OS OUVINTES DO PROGRAMA DE RÁDIO AMOR SEM FIM”. A pesquisadora responsável é a mestranda Vanessa Monteiro da Silva, aluna do Programa de pós-graduação Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM), da Universidade Federal do Pará (UFPA). A pesquisa é orientada pela professora Dra. Netília Silva dos Anjos Seixas.

A pesquisa pretende compreender o porquê dos ouvintes buscarem o programa Amor Sem Fim para encontrar relacionamentos amorosos. O motivo que nos leva a fazer esse estudo é entender como o programa se mantém há 25 anos no ar, sempre no compromisso de facilitar o encontro e o afeto entre seus ouvintes, e como se dão esses processos. Para isso, é necessário reunir dados sobre a história do programa, realizar e gravar entrevistas, aplicar questionários com os ouvintes e fazer a audição do Amor Sem Fim.

Caso você decida participar, solicitamos sua autorização para que seja feita uma entrevista, gravada em áudio, e que posteriormente será transcrita para a pesquisa. Se alguma pergunta lhe causar desconforto ou você não queira responder a algum dos questionamentos, pode solicitar que a entrevista seja interrompida a qualquer momento. Sua participação é voluntária, e você não terá nenhum tipo de despesa ao participar deste estudo. Nesse sentido, também não há pagamento previsto por sua participação. Não há

risco previsível para este estudo, exceto se motivado pela interrupção de sua participação, seja por cansaço, algum compromisso inesperado ou desistência.

Você tem o direito de se recusar a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem nenhum prejuízo para você. Durante todo o período da pesquisa você poderá tirar suas dúvidas entrando em contato com a pesquisadora responsável, pelo número (91) 98867-6569 ou pelo email [vanessa.ppgcom@gmail.com](mailto:vanessa.ppgcom@gmail.com). Também é possível entrar em contato com o Comitê de Ética em Pesquisa da UFPA, ligando para o número (91) 3201-7735 ou mandando email para [cepccs@ufpa.br](mailto:cepccs@ufpa.br). O Comitê está localizado na rua Augusto Corrêa nº 01, Sala do Instituto de Ciências da Saúde 13, segundo andar, Campus Universitário do Guamá.

Seus dados pessoais são confidenciais e não serão divulgados nesta pesquisa. As informações que você nos fornecer irão compor o trabalho final do curso de mestrado da pesquisadora Vanessa Monteiro da Silva e podem vir a ser divulgados em publicações e congressos científicos da área de Comunicação, mas sem a divulgação de dados que possam lhe identificar. Você pode ter acesso ao trabalho final (dissertação do mestrado), gratuitamente, ao final da pesquisa, no repositório da UFPA (<http://repositorio.ufpa.br/>), local em que ficam armazenados os trabalhos acadêmicos. Este documento foi impresso em duas vias, assinado e rubricado em todas as páginas, sendo que uma ficará com você e a outra com a pesquisadora responsável.

**Eu concordo em participar deste estudo.**

**Assinatura (entrevistado):**

\_\_\_\_\_

**Nome:**

\_\_\_\_\_

**Data:** \_\_\_\_\_

**Telefone de contato:** \_\_\_\_\_

**Assinatura (Pesquisador):**

\_\_\_\_\_

**Nome: Vanessa Monteiro da Silva**

**Data:** \_\_\_\_\_

### APÊNDICE 03 – ESTRUTURA DO PROGRAMA

Em escuta ocorrida em 02 de setembro de 2019 era aniversário da ouvinte Luísa. Nas menções ao grupo Ouvintes do Amor Sem Fim é o mesmo grupo Amigos do Aelson, que após um conflito entre seus administradores, deixou temporariamente de ter esse nome. O aniversário de Luísa foi um marco para que os administradores fizessem as pazes, pois ela é uma ouvinte muito querida pelos integrantes do grupo. No dia seguinte o grupo voltou a se chamar novamente Amigos do Aelson. A transcrição da escuta do programa neste dia está a seguir, onde é possível visualizar a estrutura do Amor Sem Fim.

<b>NOME DO PROGRAMA: AMOR SEM FIM</b>	
<b>LOCUTOR: AELSON SILVA</b>	
<b>DATA: 02/09/2019</b>	
<b>DURAÇÃO: 22h à 01h</b>	
<b>TÉCNICA</b>	<b>LOCUÇÃO</b>
<p>21H59: VINHETA DE ABERTURA NO AR MAIS UM PROGRAMA CAMPEÃO DE AUDIÊNCIA, COM A MARCA NOVENTA E NOVE FM</p> <p><b>22H00 ABERTURA:</b> AGORA O SEU CORAÇÃO VAI BATER MAIS FORTE/ AQUI NA 99 FM, AMOR SEM FIM/ AS MÚSICAS QUE MARCARAM A SUA VIDA/ A PAIXÃO/ O AMOR/ A MENSAGEM DE CARINHO/ ISSO É AMOR SEM FIM/ VOCÊ VAI VIVER FORTES EMOÇÕES AONDE SÓ O AMOR PODE ENTENDER/ AMOR SEM FIM/ DEIXA A EMOÇÃO FALAR MAIS ALTO NO SEU CORAÇÃO/ AMOR SEM FIM/ NA 99FM</p> <p>22H01: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (CORAÇÃO EM PEDAÇOS - ZEZÉ DI CAMARGO E LUCIANO) 22H04: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (DE QUEM É A CULPA? - MARÍLIA MENDONÇA)</p>	
BG: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (DE QUEM É A CULPA? - MARÍLIA MENDONÇA)	22H09: 99FM SUCESSO EM PRIMEIRÍSSIMO LUGAR. O SOM DA MARÍLIA MENDONÇA, A MULHER DA SOFRÊNCIA, DEPOIS QUE ELA COLOCA TODO MUNDO PRA SOFRER JUNTO ELA VEM COM ESSE PAPO BRABO DE QUEM É A CULPA. A CULPA NÃO É MINHA NA 99 SÃO DEZ E NOVE, UMA BOA NOITE PRA VOCÊ E OBRIGADA PELA SUA SINTONIA, EU SOU AELSON SILVA DO BRASIL E A GENTE FICA JUNTINHOS

	ASSIM, COM ESSE TIPO DE SOM ATÉ UMA HORA DA MANHÃ AQUI NA 99...
22H10: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL (I JUST WANNA STOP – GINO VANNELLI)  22h13 VINHETA 99FM  22H13: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL	
	22H16: DEZ E DEZESSEIS
22H16: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL (MY ONLY ONE (NO HAY NADIE MÁS - SEBASTIÁN YATRA / PART. ISABELA MONER)  22H19 VINHETA 99  22H19 MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL (IS THIS LOVE – WHITESNAKE) 22H24: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL – SOL DAS SEIS (LÉO CHAVES COM PART. LUDMILLA)	
	22H26: LÉO CHAVES E LUDMILA, A MÚSICA SE CHAMA SOL DA SEIS.
BG – MÚSICA INTERNACIONAL LED ZEPPELIN – STAIRWAY TO HEAVEN	<p>PRA QUEM TÁ MANDANDO MENSAGEM NO 3276-0099 TEMOS PRESENTES DA NOITE, TEMOS O CD DA JULIANA BARIACHI, CDZÃO DO AMADO BATISTA, CD DA MARA PAVANELLI E CONVITES PROS CINEMAS CINESYSTEM, DAQUI A POUQUINHO VOCÊ VAI CONFERIR O CLUBE DA AMIZADE, TÁ COMBINADO? PERFEITO!</p> <p>“AMOR IMATURO DIZ: EU TE AMO PORQUE PRECISO DE TI. AMOR MADURO DIZ: ...TE TOCA PRA MIM...PORQUE...HUM? LENI KRAVITZ, CALLING ALL ANGELS ” TE TOCA PRA MIM? ACHO QUE FALTOU AQUI MENSAGEM...TE TOCA PRA MIM LENNY KRAVITZ PRA OUVIR DO AMOR SEM FIM CLUBE, AMOR SEM FIM APAIXONADOS.</p> <p>“BOA NOITE AELSON, FAZ TEMPO QUE NÃO MANDAVA MENSAGEM E NEM OUVIA O PROGRAMA, DA OUTRA VEZ QUE OUVI TINHA UM OUTRO CARA APRESENTANDO O PROGRAMA, MAS AINDA BEM QUE VOCÊ VOLTOU” MAS EU JÁ TÔ AQUI TEM UM TEMPO!</p>

“TOCA PRA MIM LITTLE THINGS, DA RACHEL LLOYD? AMO ESSA MÚSICA, DEDICO A TODOS QUE OUVEM O PROGRAMA, BEIJOS, MANDA BEIJO PRA MIM? É A TERESA\*” BEIJOS PRA VOCÊ, LINDA.

“BOA NOITE, MEU GRANDE AMIGO” FALA MEU AMIGO, RODRIGO\*! “OFEREÇO TODAS AS MÚSICAS PRO MEU AMOR, A LUÍSA QUERIA DIZER A ELA QUE A AMO MUITO, TOCA A MÚSICA DO PATRICK SWAYZE ESPECIALMENTE PRA ELA, E TAMBÉM QUERIA MANDAR UM ALÔ PRA TODO MUNDO DO GRUPO OUVINTES DO AMOR SEM FIM. ESTAMOS AQUI LIGADINHOS OUVINDO VOCÊ, AMIGÃO!”

E AMANHÃ, É, AMANHÃ É UM DIA ESPECIAL, E EU JÁ DEDICO TODAS AS MÚSICAS PRA ELA QUE AMANHÃ ESTARÁ COMPLETANDO MAIS UM ANO DE VIDA! BEIJO PRA VOCÊ, AMOR, FELIZ ANIVERSÁRIO E TUDO DE BOM, A LUÍSA É VIRGIANA...BEIJOS PRA VOCÊ LUISINHA, FELIZ ANIVERSÁRIO, HEIN, AMOR. UM ABRAÇÃO PRO MEU PARCEIRO RODRIGO E OBRIGADO PELO AÇAÍ DE SÁBADO, HEIN? NOSSA, ME TROUXERAM DOIS LITROS DE AÇAÍ, DANI, MAS EU NEM LEMBREI DE VOCÊ...

”OI, DOCINHO DE LEITE, BOA NOITE, TÔ LIGADA, TE DESEJO UMA ÓTIMA SEMANA, QUE DEUS TE ABENÇOE”, OBRIGADA, RAQUEL\*!

“BOA NOITE MEU CHEGADO, BELEZA?”FALA, GRANDE, SÉRGIO\*!

“PRA QUE AMAR? PRA QUE ME FAZER SENTIR TODA ESSA PAIXÃO? PRA QUE ME BEIJAR TÃO GOSTOSO ASSIM, PRA QUE ME DEIXAR SEM FÔLEGO? PRA QUE ME SEDUZIR?PRA QUE ME DEIXAR SENTIR ESSA DOR? PRA QUE ME ENVOLVER COM SEUS CARINHOS? PRA QUE ME TORTURAR COM SUA LÍNGUA? PRA QUE ME AMASSAR COM SEUS ABRAÇOS? E PRA QUÊ ME DEIXAR COM ESSE GOSTINHO DE QUERO MAIS? E ME DEIXAR SEM ENXERGAR MAIS NADA? PRA QUÊ ME TER E ME DEIXAR SEM TER VOCÊ?PRA QUE FERIR MEU CORAÇÃO SE SABES QUE ESTÁS DENTRO DELE? PRA QUE ENTRAR NA MINHA VIDA E SAIR SEM AO MENOS DIZER ADEUS? DE SÉRGIO PARA

	<p>TODAS AS MENINAS DO GRUPO OS APAIXONADOS, AS ROMÂNTICAS, OUVINTES DO AMOR SEM FIM E ESPECIALMENTE PARA UMA LINDA MULHER”.</p> <p>“OI, AELSON, BOA NOITE , QUERO OFERECER TODAS AS MÚSICAS DO PROGRAMA PARA ALGUÉM ESPECIAL, ESTAMOS COMPLETANDO SEIS MESES HOJE, AMOR, BORA COMEMORAR DAQUELE JEITINHO QUE SÓ NÓS DOIS SABEMOS?OBRIGADA POR ME FAZER TÃO BEM. TE ADORO MUITO”. QUEM FALA É A JULINHA*.</p> <p>“BOA NOITE, MEU GATO, MANDA UM BEIJO PRA MIM? É A LULY*, DE SANTA MARIA DE BENFICA. TOCA A MÚSICA AGARRADO EM MIM, DO BRUNO E MARRONE?”</p> <p>“DESCULPA, AMIGÃO, É MEU TRABALHO” TUDO BEM!</p> <p>“BOA NOITE, MEU PEQUENO PRÍNCIPE!” OI, JOICE! BEIJOS PRA VOCÊ.</p> <p>“BOA NOITE, AELSON. MANDA UM BEIJO PARA A MINHA AMADA RENATA*, LÁ DO ICUÍ, É O JONAS*</p> <p>COITADO LÁ DO MEU PARCEIRO, DEVIA ESTAR TRABALHANDO ENQUANTO ESTAVA ESCRREVENDO, NÉ? MEU IRMÃO, FICA TRANQUILO QUE AQUI A GENTE TRADUZ! NÃO TEM PROBLEMA NÃO...</p> <p>E A GALERA MANDA MENSAGEM NO 98413-8399... 9841383, É O PROGRAMA DOS APAIXONADOS DO AMOR SEM FIM, EU VOU AQUI PRO INTERVALO E VOLTO JÁ JÁ, FIQUE AÍ.</p>
<p>22H31 – INTERVALO</p> <p>VINHETA 99FM</p> <p>ANÚNCIO DO GRUPO RBA: PRÊMIOS, BASTIDORES, AS MELHORES PROMOÇÕES. TUDO ISSO E MUITO MAIS NO INSTA DA RÁDIO NÚMERO UM DE BELÉM! SIGA @RADIO99FMBELEM E FIQUE POR DENTRO DE TUDO O QUE ACONTECE NA SUA <a href="#">99FM...@RADIO99FMBELEM</a>, É A 99FM NA REDE COM VOCÊ!</p> <p>ANÚNCIO PATROCINADOR: “VENHA PARA O MERCADÃO DOS ÓCULOS, NA RUA PADRE</p>	

<p>EUTÍQUIO, 1131, EM FRENTE AO SHOPPING PÁTIO BELÉM. LIGUE 33474885. MERCADÃO DOS ÓCULOS, ARMAÇÕES EXCELENTES, NINGUÉM VENDE MAIS BARATO QUE A GENTE! E O PREFIXO? DA MELHOOOR” [ANÚNCIO GRAVADO POR UM DOS LOCUTORES DA RÁDIO]</p> <p>VINHETA – ZYB205, NOVENTA E NOVE VÍRGULA NOVE MEGA-HERTZ, 99FM UMA EMISSORA DA RBA, REDE BRASIL AMAZÔNIA DE COMUNICAÇÃO, BELÉM, PARÁ</p> <p>22H32 – VINHETA 99FM “AAAA, AMOR SEM FIIM”</p> <p>22H33: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL</p> <p>22H36 VINHETA “SÓ A 99 TOCA ESSA”</p> <p>22H36: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (QUANDO A GENTE AMA - ROBERTO CARLOS)</p> <p>22H40: VINHETA 99FM</p> <p>22H40: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (CUIDAR MAIS DE MIM - PAULA FERNANDES)</p>	
	<p>22H44: NOVENTA E NOVE VÍRGULA NOVE</p> <p>22H44: NA 99 FALTAM DEZESSEIS PARA AS ONZE</p>
<p>22H45: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (REIS DOS REIS - ROBERTA MIRANDA)</p> <p>22H46 VINHETA “NOVENTA E NOOOOVEEE”</p> <p>22H47: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (DISFARÇA – SORRISO MAROTO)</p>	
	<p>22H50: FALTANDO DEZ PARA AS ONZE</p>
<p>22H50: VINHETA “99FM”</p> <p>22H50: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL (COMO É QUE A GENTE FICA – HENRIQUE E JULIANO)</p> <p>22h52: VINHETA: “NA 99FM A FESTA É COMPLETA”</p> <p>22H53: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (SÓ NUM SONHO – IVETE SANGALO)</p>	
	<p>22H56: 99 FM SUCESSO EM PRIMEIRÍSSIMO LUGAR ..É O SOM DA IVETE SANGALO...Ó, PRA VOCÊ QUE TÁ</p>

MANDANDO MENSAGEM NO *WhatsApp* DA RÁDIO, MANDA PRA MIM, PORQUE O *WhatsApp* DA RÁDIO TÁ EM PANE, ESTAMOS NESSE MOMENTO SEM SINAL DE INTERNET AQUI NA RBA, NO ESTÚDIO, ENTÃO VOCÊ MANDA PRO MEU *WhatsApp* O 981176739, TÁ COMBINADO? 981176739 OU 3276-0099.

“OI, AELSON, ESTOU NA ESCUTA, MANDA BEIJOS PRA MIM!”, É A REGINA\*, LÁ EM GUARAMIRANGA, NO CEARÁ.

“FALA MEU PARCEIRO!” LUÍS, COMO É QUE TÁ, CARA? TUDO BOM? BOA NOITE, MEU PARCEIRO, LUÍS\*...UM DOS GRANDES CORRETORES DA NOSSA CIDADE, DA XXXMÓVEIS.

“BOA NOITE E OBRIGADA POR TUDO, POIS VOCÊ FAZ PARTE DA MINHA VIDA, VOCÊ É MEU AMIGO!” SIM, LUÍSA! VOCÊ É MINHA AMIGA, VOCÊ O MEU PARCEIRO RODRIGO, BEIJOS PRA VOCÊ, A GENTE TEM A MESMA IDADE...A LUÍSA FAZ ANIVERSÁRIO AMANHÃ E EU FAÇO ANIVERSÁRIO SEGUNDA-FEIRA.

“BOA NOITE, APESAR DE NÃO LHE CONHECER, JÁ TENHO UM CARINHO MUITO GRANDE POR VOCÊ, NUNCA PENSEI QUE VOCÊ SERIA ESSA PESSOA TÃO BACANA, LUÍSA, QUERO LHE DESEJAR MUITOS ANOS DE VIDA, SAÚDE, PAZ E MUITO AMOR” QUEM OFERECE É A CINARA\*.

“O SOL NASCEU BRILHANDO E A LUA PARA BRILHAR, E VOCÊ NASCEU NESSE MUNDO SOMENTE PARA ME APAIXONAR. SUBIREI ATÉ A MONTANHA MAIS ALTA DO MUNDO SÓ PRA TE VER, E DE LÁ GRITAREI SEU NOME. EU GOSTO DE VOCÊ, MEU AMOR. VOCÊ PODE ME FAZER ESQUECER O MUNDO, MAS O MUNDO NUNCA FARÁ QUE EU ESQUEÇA DE VOCÊ. VOCÊ AINDA ME ARRANCA SUSPIROS E ARREPIOS, MESMO DEPOIS DE TANTO TEMPO. QUANDO ESCUTO SUA VOZ MEU MUNDO SE ACALMA, AS COISAS VOLTAM A TER COR. TUDO É DO JEITO QUE TEM QUE SER: FELIZ. HOJE PERGUNTEI ÀS ESTRELAS SE TE VIRAM, E ELAS DISSERAM QUE NÃO, LOGO DEPOIS PERGUNTEI À LUA, E A LUA DISSE QUE AS ESTRELAS SEMPRE MENTEM QUANDO ALGUÉM BRILHA MAIS QUE ELAS. DE MÁRIO PARA O MEU AMOR YIUMI, DE ICOARACI”

“OBRIGADO, GATINHO, CONCORDO COM O REI ROBERTO CARLOS, EM NÚMERO, GÊNERO E GRAU”

“OL, DR DOS CORAÇÕES APAIXONADOS. TOCA AQUELA DO ENRIQUE IGLESIAS E A OUTRA DANÇANDO COM ESTRANHO. DEDICO ESSAS CANÇÕES COM MUITO AMOR E CARINHO PRA ALGUÉM E QUERO DIZER QUE ESSE CORAÇÃOZINHO AQUI ESTÁ APAIXONADO E A AMA DEMAIS. ELE, PRA VOCÊ, BOA NOITE, BEIJOS”.

“FALA, IRMÃO, MANDA ABRAÇO AÍ PRA MIM? MANDA AQUELA DE DOER O CORAÇÃO”

“BOA NOITE, NA ESCUTA , É A LUENNY\*, MANDA UM BEIJO PRO MEU ESPOSO CLÁUDIO\*, PROGRAMAÇÃO ÓTIMA” MUITO OBRIGADO!

“OLÁ, BOA NOITE, É A PRIMEIRA VEZ QUE ESTOU OUVINDO A RÁDIO E GOSTARIA DE OUVIR A MÚSICA DA MARÍLIA MENDONÇA, SEM SAL, POR FAVOR, ME CHAMO ARIA”. ARIA, JÁ TOCOU DUAS MUSICAS DA MARÍLIA, VOU FICAR DEVENDO ESSA PRA VOCÊ, TÁ BOM? OBRIGADO

AGORA DEIXA EU VER AS MENSAGENS AQUI NO SMS, “FALA AMIGO DE TODAS AS NOITES! O REMO TAMBÉM VAI LEVAR O PAYSANDU JUNTO PARA A SÉRIE C. O REMO NÃO VAI SÓ, O PAYSANDU TAMBÉM, AMIGÃO!”, ESSE É O JORGE AQUI DO DISTRITO.

“AMIGO, A DANI DEMORA A ATENDER AS NOSSA LIGAÇÕES DO CLUBE DA AMIZADE” CARA, ELA TÁ ATENDENDO , ELA TÁ AQUI TRABALHANDO NORMALMENTE, ACHO QUE É SÓ VOCÊ QUE TEM A SORTE DELA DEMORAR MUITO PRA TE ATENDER . TÁ ALÍ A BICHINHA, COITADINHA, TRABALHANDO.

“BOA NOITE, MIGUXO, TUDO BEM? PRA VOCÊ QUE DEUS TE ABENÇOE SEMPRE, MIGUXO, TOCA A MÚSICA ORDINARY WORLD, DO DURAN DURAN, QUE OFERECESSE PRO GRUPO CLUBE DO AMOR SEM FIM E UM ABRAÇO PRA MINHA AMIGA PATRÍCIA, BEIJOS PRA VOCÊ”

<p><b>23H02 – INTERVALO</b></p> <p><b>23H03 VINHETA “99 FM”</b></p> <p><b>ANÚNCIO DO GRUPO RBA:</b> VISITE A MOSTRA DA 10ª EDIÇÃO DO PRÊMIO DIÁRIO CONTEMPORÂNEO DE FOTOGRAFIA; INTERSECÇÕES 2010-2019 APRESENTAM TRABALHOS DE ARTISTAS PREMIADOS, SELECIONADOS E CONVITES DA CURADORIA DO MUSEU DO ESTADO DO PARÁ ATÉ 29 DE SETEMBRO E NO MUSEU DA UFPA OS ARTISTAS CONVIDADOS EXIBEM SUAS OBRAS ATÉ 22 DE SETEMBRO, INFORMAÇÕES: DIARIOCONTEMPORANEO.COM.BR. REALIZAÇÃO DIÁRIO DO PARÁ. PARCERIA: ALUMAR. PATROCÍNIO: VALE</p> <p><b>ANÚNCIO DO GRUPO RBA:</b> PRÊMIOS, BASTIDORES, AS MELHORES PROMOÇÕES. TUDO ISSO E MUITO MAIS NO INSTA DA RÁDIO NÚMERO UM DE BELÉM! SIGA @RADIO99FMBELEM E FIQUE POR DENTRO DE TUDO O QUE ACONTECE NA SUA <a href="https://www.instagram.com/RADIO99FMBELEM">99FM...@RADIO99FMBELEM</a>, É A 99FM NA REDE COM VOCÊ!</p> <p><b>ANÚNCIO DO GRUPO RBA:</b> ESTÃO ABERTAS AS INSCRIÇÕES PARA A 11ª EDIÇÃO DO FESTIVAL DE MÚSICA POPULAR PARAENSE. GARANTA SUA VAGA E CONCORRA A PREMIAÇÕES EM DINHEIRO. INSCREVA-SE ATÉ O DIA 15 DE SETEMBRO NAS LOJAS TEM CLASSIFICADOS SHOPPINGS CASTANHEIRA E PÁTIO BELÉM, FORMOSA CIDADE NOVA E RBA ALMIRANTE BARROSO. TAMBÉM NO SITE <a href="http://FESTIVALDEMUSICA.DIARIOONLINE.COM.BR">FESTIVALDEMUSICA.DIARIOONLINE.COM.BR</a>. INFORMAÇÕES: 3084 0217. FESTIVAL DE MÚSICA POPULAR PARAENSE, VALORIZANDO A MÚSICA DO NOSSO ESTADO. COORDENAÇÃO: MARCO EVENTOS, REALIZAÇÃO: RBA. PARQUE SHOPPING BELÉM E VALE.</p>	
	23H04: NA 99, BOA NOITE, AGORA SÃO ONZE E QUATRO. EU SOU AELSON SILVA DO BRASIL. 91841383 ESTÁ FORA DO AR, VOCÊ MANDA MENSAGEM PRO MEU <i>WhatsApp</i> 981176739
VINHETA: “AAA, AMOR SEM FIIIM”	
	23H04: VAMOS JUNTOS ATÉ UMA HORA DA MANHÃ CANTANDO MUITA COISA BACANA AQUI NA PROGRAMAÇÃO DA SUA 99. O PROGRAMA DOS

	APAIXONADOS, O NOSSO PONTO DE ENCONTRO, O AMOR SEM FIM
23H04 : MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL  23H08: VINHETA “99 FM”  23H08: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL	
	23H11: NA 99 ONZE E ONZE
23H11: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (FIM OU INTERVALO – HENRIQUE E JULIANO)  23H14: VINHETA “NOVENTA E NOOOVEEEE”  23H15: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL (MORRER DE AMOR – JOTA QUEST)  23H18: VINHETA: “99 É MAIS MÚSICA”  23H18: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL  23H33: VINHETA 99 FM  23H24: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL  23H30: MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL	
	23H31: “BOA NOITE MEU AMIGO, DIZ PRA ELA QUE ELA CHEGOU HOJE, MAS PARECE ELA ESTAVA SEMPRE AQUI NA MINHA VIDA OU NO GRUPO DO AMOR SEM FIM. DIZ PRA ELA QUE GOSTEI DE CONVERSAR. BEIJOS, REGINA E O RAPAZ DO XXX NO FINAL”  “BOA NOITE, AQUI É A CARMINHA”. OI, CARMINHA!  “DEIXO MEU BEIJO PRO MEU MOZÃO CÉSAR E UM ALÔ PARA O CLUBE DO AMOR SEM FIM. BJOS DA CARMINHA PRA VOCÊ”. NA QUARTA-FEIRA VIERAM TODOS AQUI ME VISITAR, A PATRÍCIA, O MARIDO DA PATRÍCIA, A CARMINHA, MUITO OBRIGADA PELA VISITA DE VOCÊS. “OK, TUDO BEM, PODE SER JORGE E MATEUS, A MÚSICA LOGO EU”  “ME PERGUNTO QUAL FOI O ÚLTIMO DIA QUE EU ACORDEI SEM PENSAR EM VOCÊ, NÃO QUE EU NÃO GOSTE, SEU ROSTO ESTAMPADO NA MINHA MENTE COMO TATUAGEM , SUA VOZ AO FUNDO, SUAVE, COMO AQUELAS CENAS DE CINEMA, ME PEGO SORRINDO EM UM MOMENTO

	<p>QUALQUER E PENSANDO AGORA, TENHO QUE AGRADECER POR SER VOCÊ O MAIOR MOTIVO DOS MEUS INSTANTES ETERNOS DE FELICIDADE. CADA MINUTO DO SEU DIA É UMA CONTAGEM REGRESSIVA PARA TE VER DE NOVO. EU SÓ QUERO QUE VOCÊ SAIBA QUE É SEU O MEU DORMIR , O MEU DESPERTAR E O MEU VIVER. NA FALTA DE OUTRAS PALAVRAS, EU AMO VOCÊ”</p> <p>“BOA NOITE EU GOSTARIA DE OUVIR A MUSICA DO HUGO HENRIQUE, PÔR DO SOL.”</p> <p>“OLÁ, BOA NOITE SOU A TAINÁ, GOSTARIA DE MANDAR UM ABRAÇO PARA A MINHA COMPANHEIRA JÚLIA, E DIZER QUE A AMO DEMAIS, SE POSSÍVEL TOCA A MÚSICA MINHA NAMORADA, DO FERRUGEM, EU OFEREÇO PRA ELA”</p> <p>981176739 [REPETE O NÚMERO PARA ENTRAREM EM CONTATO]</p>
<p>23h34: INTERVALO</p> <p>23h34VINHETA “99FM”</p> <p>ANÚNCIO DO GRUPO RBA: PRÊMIOS, BASTIDORES, AS MELHORES PROMOÇÕES. TUDO ISSO E MUITO MAIS NO INSTA DA RÁDIO NÚMERO UM DE BELÉM! SIGA @RADIO99FMBELEM E FIQUE POR DENTRO DE TUDO O QUE ACONTECE NA SUA <a href="#">99FM...@RADIO99FMBELEM</a>, É A 99FM NA REDE COM VOCÊ!</p> <p>ANÚNCIO PATROCINADOR: “VENHA PARA O MERCADÃO DOS ÓCULOS, NA RUA PADRE EUTÍQUIO, 1131, EM FRENTE AO SHOPPING PÁTIO BELÉM. LIGUE 33474885. MERCADÃO DOS ÓCULOS, ARMAÇÕES EXCELENTES, NINGUÉM VENDE MAIS BARATO QUE A GENTE! E O PREFIXO? DA MELHOOOR” [ANÚNCIO GRAVADO POR UM DOS LOCUTORES DA RÁDIO]</p> <p>VINHETA – ZYB205, NOVENTA E NOVE VÍRGULA NOVE MEGA-HERTZ, 99FM UMA EMISSORA DA RBA, REDE BRASIL AMAZÔNIA DE COMUNICAÇÃO, BELÉM, PARÁ</p>	
	<p>23H35: NA 99 AGORA SÃO ONZE E TRINTA E CINCO. PASSEI A CONHECER</p>

	O SOM DESSE CARA A POUCO TEMPO. É UM CANTOR COUNTRY, <i>KEITH URBAN</i> .
23H35: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL	
	<p>23H40: YOU THINK OF ME, VOCÊ VAI PENSAR EM MIM...AQUI NO AMOR SEM FIM, NA SUA 99...UMA ÓTIMA NOITE, OBRIGADO PELA COMPANHIA. 981176739, QUERO AGRADECER MUITO O PARCEIRO QUE ME LIGOU E DISSE “AELSON, NÃO VAI TER CLUBE DA AMIZADE HOJE?” CARA, CÊ ACREDITA QUE EU ESQUECI? MUITO OBRIGADA AÍ O PARCEIRO, DEIXA EU VER QUAL FOI O NÚMERO QUE ME LIGOU AQUI, MEU PARCEIRO DO 2122, OBRIGADO, CARA, OBRIGADÃO MESMO POR TER LEMBRADO, EU TINHA PASSADO BATIDO AQUI NO CLUBE DA AMIZADE...ME EMPOLGUEI COM MÚSICA, HUM...MAS OBRIGADO MESMO.</p> <p>“A JACIARA TEM 31 ANOS, 1.60M. A JACI É LÁ DE ÁGUAS LINDAS E QUER CONHECER RAPAZES DE 30 A 35. AUGUSTO TEM 38 ANOS, 1.69M, O AUGUSTO MORA NO BAIRRO DA PEDREIRA E QUER CONHECER MULHERES DE 39 A 49 ANOS. A MARIA TEM 61 ANOS , 1.62 E ELA É LÁ DE SANTA IZABEL, E A MARIAZINHA QUER CONHECER GAROTAÇOS DE 60 A 65. TAMBÉM TEM O PAULO, 36 ANOS, 1.90, É O PAULÃO, NÉ? MORA LÁ NA CREMAÇÃO E ELE QUER CONHECER MULHERES DE 35 A 45. JACIANE, 28 ANOS, 1.48, A JACI MORA EM ICOARACI, COM TODA ESSA INTIMIDADE, NÉ, JACI, ELA QUER CONHECER RAPAZES DE 40 A 46. ÁGATA, 22 ANOS, A ÁGATA TEM 1.70, ELA É AQUI DO BAIRRO DO MARCO, QUER CONHECER RAPAZES DE 22 A 26. A NORMA, HOJE SÓ TÁ DANDO MULHERES...A NORMA TEM 61 ANOS, TEM 1.66, A NORMINHA MORA LÁ EM ANANINDEUA E QUER CONHECER RAPAZES DE 61 A 65. A NORMAL, ÁGATA, JACIANE, PAULO, MARIA, O AUGUSTO E TAMBÉM A JACIARA ESTÃO AQUI QUERENDO FAZER AMIZADES E QUEM SABE NÃO PODE SER VOCÊ A GRANDE REVELAÇÃO DA AMIZADE DESSAS PESSOAS?</p>
SOBE SOM MÚSICA ROMÂNTICA	

	<p>KELLY CLARKSON, ELA QUE FOI A VENCEDORA, ELA QUE FOI VENCEDORA DA 8ª TEMPORADA DO AMERICAN IDOL...BECAUSE OF YOU.</p>
<p>23H42: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL (BECAUSE OF YOU)</p> <p>23H45: VINHETA “99 FM SUCESSO”</p> <p>23H45: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL</p> <p>23H50: MÚSICA NACIONAL (PAIS E FILHOS - LEGIÃO URBANA)</p>	
<p>BG - LED ZEPPELIN – STAIRWAY TO HEAVEN</p>	<p>23H55: O CARA DEIXOU SAUDADE, TINHA UM TALENTO INCRÍVEL RENATO MANFREDINI,OU RENATO RUSSO, ERA LÁ DE BRASÍLIA E TEVE A IDEIA DE FORMAR UMA BANDA CHAMADA ABORTO ELÉTRICO, ESSE SUCESSÃO AÍ MUITA GENTE MATOU SAUDADE COM PAIS E FILHOS.</p> <p>BOA NOITE, CRISTIAN, MEU AMOR, MEU BRANQUELO LINDO, ESTOU MORRENDO DE SAUDADES DE VOCÊ AMOR. TU SABES QUE QUE JEITO QUE VOCÊ ME TOCA NINGUÉM JAMAIS FARÁ IGUAL. TEU TRAVESSEIRO TÁ MORRENDO DE SAUDADES DE TI. TE ADORO MUITO MEU MARRENTO, QUEM MANDA O RECADO É A TUA MORENA”</p> <p>“BOA NOITE, AELSON, TUDO BEM, AMIGO?” BOA, NOITE, TUDO BEM, GRAÇAS A DEUS.</p> <p>“AMIGO MANDA UM ABRAÇO PRO GRUPO CLUBE DO AMOR SEM FIM E MANDA UM ABRAÇO PRO MOZÃO CARMINHA, E DIGA A ELA QUE ESTOU MUITO, MAS MUITO FELIZ POR ESTARMOS NO MELHOR MOMENTO DE NOSSAS VIDAS, QUE ELA É O GRANDE AMOR DA MINHA VIDA, SEM ELA EU NÃO SOU NADA, ELA É E SEMPRE FOI MINHA PAZ, MEU PORTO SEGURO, TE AMO MUITO MOZÃO”</p> <p>“BOA NOITE, EU JÁ TÔ AQUI NA ESCUTA DO PROGRAMA, É LENE, DE BARCARENA” OBRIGADA LENINHA!</p> <p>“BOA NOITE PRA VOCÊ” BOA NOITE, SU!</p>

	<p>“GOSTARIA DE ENTRAR NO GRUPO AMOR SEM FIM” ALGUÉM DIZENDO OBRIGADO AQUI, DO 7531, NADA...</p> <p>“BOA NOITE, AELSON, HOJE NÃO TEVE CLUBE DA AMIZADE? EU FIQUEI ATENTA, NÃO ESCUTEI”. TEVE SIM</p> <p>“BOA NOITE, AELSON, MUITO BOM ESTAR NA SUA COMPANHIA, VEM AÍ MAIS UMA NOITE DE TRABALHO”, OBRIGADO, AMIGÃO, PELA SUA AUDIÊNCIA, ESTAMOS JUNTOS NO TRABALHO!</p> <p>“BOA NOITE, AELSON, VOCÊ PODERIA PASSAR O NÚMERO DO TELEFONE PRA LIGAR?” É O 3276-0099</p> <p>“BOA NOITE, JÁ ESTOU NA CAMA COM VOCÊ COLADINHO NO MEU OUVIDO” OPA.</p> <p>“QUERIA ME ESTENDER MAIS UM POUCO, PEGUEI UM POUCO DE CHUVA AGORA ESTOU DEITADA, TODA ENROLADA, FEBRIL”, É MIRIAM, DO BAIRRO DO CARMO, DO COQUEIRO; MELHORAS PRA VOCÊ TÁ BOM, MINHA LINDA? NÃO FICA DANDO TÔCA PRA CHUVA NÃO, TÁ BOM?</p> <p>“BOA NOITE, LINDO, E A LIZ”, BOA NOITE, LIZ!</p> <p>“AELSON QUERO PARTICIPAR DO CLUBE DA AMIZADE”, SOMENTE PELO 32760099.</p> <p>“AELSON, BOA NOITE PRA VOCÊ E MANDA UM ABRAÇO PRO MEU FILHÃO CRIS E PRO MEU NAMORADO DJ JUNIOR, E OFEREÇO AQUELA MÚSICA VOCÊ MUDOU, DO CRISTIANO ARAÚJO. DE SUA NAMOADA LINA”</p> <p>“BOA NOITE, MANO, MANDA UM ABRAÇO AQUI PRA MIM, É MARLY, DO GIRASSOL, ESTOU LIGADA EM VOCÊ. TOCA AQUELA MÚSICA DO PROJOTA”</p> <p>O <i>WhatsApp</i> DA RÁDIO 99 ESTÁ SEM INTERNET, HOVE UMA PANE AQUI NA NOSSA CENTRAL ENTÃO VOCÊ MANDA MENSAGEM PRO MEU <i>WhatsApp</i>...</p>
<p>23H58 VINHETA 99FM - UMA EMISSORA DA RBA, REDE BASIL AMAZONIA DE COMUNICAÇÃO NO AR, DA TORRE DA RBA, 99FM</p>	

	<p>23H58 BOA NOITE, FALTANDO AÍ DOIS MINUTINHOS PRA MEIA NOITE...E HOJE É ANIVERSÁRIO DA LUÍSA, BEIJOS PRA VOCÊ LUISINHA, TUDO DE BOM, FELIZ ANIVERSÁRIO MEU AMOR, UM ABRAÇÃO TAMBÉM PRO MEU AMIGO RODRIGO E PRA QUEM TÁ NO BERÇO TAMBÉM HOJE, FELIZ ANIVERSÁRIO PRA TODO MUNDO...AQUI NO MÊS DE SETEMBRO SÃO OS VIRGINIANOS ...E EU SOU AELSON SILVA DO BRASIL, É MARAVILHOSO ESTAR COM VOCÊ NO SOM DO RÁDIO DA SUA 99 E COMO COSTUMO DIZER: AQUI VOCÊ OUVIU UMAS COISINHAS QUE NÃO OUVIU POR AÍ. SHADE NUMA VERSÃO QUE VOCÊ NÃO CONHECE...EU ACHO, NÃO É UM AMOR COMUM, TÁ COM CARA DE SEM VERGONHA, NÃO É? NO ORDINARY LOVE...</p>
<p>SOBE SOM MÚSICA INTERNACIONAL ORDINARY LOVE....</p> <p>23H59: MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL</p>	
	<p>00H05 ESSA MUSICA VAI ...ALGUÉM OFERECENDO PRO JOELSON E JÁ DIZ ASSIM “COM AMOR E CARINHO” ELA DIZ ASSIM COM UM JEITO TODA SEM VERGONHA, ELA DIZ QUE GOSTOU DO BEIJO...TAN TAN...TARANTAN TANANNA</p> <p>AQUI NO AMOR SEM FIM, ATÉ UMA DA MANHÃ, AQUI NO SOM DA MELHOR, A SUA 99</p> <p>00H05 NA 99 AGORA MEIA NOITE E 05. 91176739 E TAMBÉM TEM O 3276-0099</p>
<p>00H13VINHETA 99 FM É UMA MELHOR QUE A OUTRA</p> <p>00H13 MUSICA ROMÂNTICA NACIONAL 00H16 MUSICA ROMANNTICA NACIONAL 00H20 MUSICA ROMÂNTICA NACIONAL 00H24 VINHETA 99 GM 00H24 MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL 00H27 MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL 00H31 MÚSICA ROMANTICA NACIONAL 00H35 99FM SUCESSO EM PRIMEIRO LUGAR</p>	
<p>BG – LED ZEPPELIN – STAIRWAY TO HEAVEN</p>	

	<p>00H36 ABRAÇÃO PRO NOSSO AMIGO JULIANO, AQUI DA NOSSA T.I, GRANDE JULIANO, GENTE BOA.</p> <p>“BOA NOITE, MANDA UM BEIJO PRO GRANDE AMOR DA MINHA VIDA, O SARGENTO MOURA. AMO VOCÊ DE VERDADE, EU AMOR VOCÊ SARGENTO MOURA DO GUAMÁ”</p> <p>“BOA NOITE, REI, UM ÓTIMO PROGRAMA PRA VOCÊ, BEIJOS DA LU”. BEIJOS PRA VOCÊ, LINDA, OBRIGADA.</p> <p>“PARABENS POR ESSE DIA QUE DEUS ESCOLHEU PARA TRAZER AO MUNDO UMA PESSOA COMO VOCÊ. ACREDITO QUE DEUS CERTAMENTE DEVE CONSIDERAR TODOS OS SEUS DESEJOS POIS VOCÊ ESTÁ DENTRO DO CORAÇÃO E DA VONTADE DO PAI, POR SUAS ATITUDES. FELICIDADES E MUITO ANOS DE VIDA, BEIJOS NO SEU CORAÇÃO, PARABÉNS, LUÍSA!”</p> <p>“BOA NOITE, AELSON, QUERIA MANDAR UM ALÔ PRO CLUBE DO AMOR SEM FIM. ESSE GRUPO É MARAVILHOSO E A PATRÍCIA ESTÁ DE PARABÉNS, COM O LUIS, ESPOSO DELA, MAS A MINHA MENSAGEM PRINCIPAL VAI PRA BIANCA: TODOS OS DIAS QUANDO ACORDO PENSO EM VOCÊ, MEU AMOR, DE UMA HORA PRA OUTRA VOCÊ CONQUISTOU MEU CORAÇÃO. PROCUREI PALAVRAS PURAS PARA EXPRESSAR MEUS SENTIMENTOS POR VOCÊ, MAS A ÚNICA CERTEZA É QUE EU TE QUERO MUITO, ASSIM COMO O OUTONO DESEJA A FLOR, COMO O DIA DESEJA O SOL, COMO A NOITE DESEJA A LUA, COMO NESSE MOMENTO TÔ MORRENDO DE SAUDADES TUA. QUANDO TE CONHECI TUDO TAVA ERRADO , AS CIRCUNSTANCIAS SÓ LEVAVAM PARA O CONTRÁRIO. ENTÃO RESOLVI MUDAR, E ATRAVÉS DOS SEUS ATOS DE CONQUISTAR. EM UM LINDO GESTO COMPUS UMA CANÇÃO QUE LHE DIRIA: LHE DOU DE PRESENTE O MEU CORAÇÃO, APENAS O SIMPLES FATO DE ESTAR AO SEU LADO ME FAZ ESQUECER DE TODOS OS PROBLEMAS, TODAS AS PREOCUPAÇÕES E DE TUDO QUE POSSA ME FAZER MAL, PORQUE QUANDO ESTOU AO SEU LADO SEI QUE POSSO SER FELIZ COM UM SIMPLES</p>

	<p>SORRISO SEU, UM BEIJO OU ATÉ MESMO UM ABRAÇO, TUDO QUE VENHA DE VOCÊ ME DEIXA FELIZ, SIMPLES, VOCÊ ME FAZ FELIZ. DE RAFAEL PRA MANIELE, DE ICOARACI COM TODO AMOR E CARINHO QUE SINTO POR ELA”</p> <p>“BOA NOITE, EU SOU O LUAN, MOTORISTA DE UBER, TÔ AQUI DENTRO DADO ESSA CARONA ESPERTA PRA 99 TODA NOITE. OFEREÇO TODAS AS MÚSICAS PARA TODOS OS MEUS CLIENTES A BORDO COMIGO. UM GRANDE ABRAÇO, TÔ AQUI NAS RUAS DA GRANDE BELÉM”, UM ABRAÇO, AMIGÃO, BOM TRABALHO.</p> <p>“A DISTÂNCIA IMPEDE QUE EU TE VEJA TODOS OS DIAS, MAS NÃO IMPEDE QUE EU TE AME”</p> <p>“AMOR MUITO JORGE E MATEUS, EU OFEREÇO ESSA MÚSICA PRO MEU AMOR ELTON”</p> <p>“BOA NOITE MEU QUERIDO, DEPOIS DE UM TEMPINHO ESTOU TE OUVINDO NOVAMENTE, É A LAURA”, BOA NOITE, PROFESSORA!</p> <p>“UM DIA PENSEI QUE JAMAIS PODERIA ENCONTRAR ALGUÉM PARA SER FELIZ, AGORA SEI QUE AO SEU LADO SOU FELIZ E COMPLETA, VOU TE ESPERAR PRA VIVERMOS JUNTOS, SEMPRE, E JÁ FAZ PARTE DA MINHA VIDA. DE JORDANA PRA ELIAS, ELIAS DA FRANÇA”</p> <p>“OFEREÇO TODAS AS MÚSICAS PRO MEU AMOR, O DJ JÚNIOR, EXPLOSÃO, DIGA QUE O AMO MUITO, DA SUA AMADA JAQUELINEZINHA”</p> <p>“BOA NOITE, LINDO GOSTARIA DE OUVIR A MÚSICA CASAL RAIZ E DEDICAR A TODOS OS OUVINTES E PRA VOCÊ, AELSON, BEIJOS. DA JULIANA DO GUAMÁ”, BEIJOS PRA VOCÊ TAMBÉM, LINDA</p>
<p>VINHETA 99FM 99FM UMA EMISSORA DA RBA, REDE BASIL AMAZONIA DE COMUNICAÇÃO</p> <p>NO AR, DA TORRE DA RBA, 99FM 00H40 MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL</p> <p>VINHETA FM 99</p>	

<p>00H45 MÚSICA ROMÂNTICA NACIONAL</p> <p>00H48 MÚSICA ROMÂNTICA INTERNACIONAL</p>	
	<p>00h50 Baby I love you...</p> <p>“OBRIGADA, QUERIDO, POR LER, ELE FICOU SURPRESO”, QUE BOM.</p> <p>“CONSELHEIRO DO AMOR, BOA NOITE”, BOA NOITE ALESSANDRA</p> <p>“AELSON VOCÊ PODERIA REPETIR O NOME DA MOÇA DO CLUBE DA AMIZADE QUE MORA NO BAIRRO DE ÁGUAS LINDAS?”</p> <p>“PARABÉNS, AMIGO, O SEU PROGRAMA É NOTA DEZ”, MUITO OBRIGADA PELA SUA AUDIÊNCIA</p> <p>E DEIXA EU VER QUEM TÁ GANHANDO PRESENTES AQUI DO AMOR SEM FIM...O CD DA JULIANA VARIATI VAI PRA ANA, O DO AMADO BATISTA VAI PRO CÉSAR, A CRISTINA GANHOU O CD MARA PAVANELLI E QUEM GANHOU INGRESSO PRO CINESYSTEM FOI O JEAN, DA TERRA FIRME.</p> <p>OBRIGADA PELA COMPANHIA, EU SOU AELSON SILVA DO BRASIL E NOS ENCONTRAMOS DAQUI A POUQUINHO, ÀS DEZ DA NOITE NO PROGRAMA DOS APAIXONADOS, AMOR SEM FIM DEIXO ESSE GRANDE SUCESSO PRA GENTE MATAR A SAUDADE, TCHAU PESSOA, BEIJO NO CORAÇÃO, ATÉ DAQUI A POUQUINHO, VALEU!</p>
<p>01H00 MÚSICA INTERNACIONAL</p> <p>FIM DO PROGRAMA</p>	