

Artigo recebido em:  
30.10.2019

Aprovado em:  
09.05.2020

**Bárbara Maia Cerqueira**

Doutoranda em comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Bolsista Faperj. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2461-5072>.

E-mail: [barbabaramaiap@gmail.com](mailto:barbabaramaiap@gmail.com)

**Claudia Irene de Quadros**

Doutora em Comunicação, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Integra o Grupo de Pesquisa COM XXI e o Grupo de Rádio e Mídia Sonora do Intercom. Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-1322-8971>.

E-mail: [clauquadros@gmail.com](mailto:clauquadros@gmail.com)

**Manoella Fortes Fiebig**

Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná. Integra o Grupo de Pesquisa COM XXI. Bolsista Capes. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0073-8622>.

E-mail: [manoellaff@gmail.com](mailto:manoellaff@gmail.com)

Estudos em Jornalismo e Mídia  
Vol. 17 N° 2  
Julho a Dezembro de 2020  
ISSNe 1984-6924

# A vinculação afetiva do sujeito diaspórico: do rádio de antena ao expandido

Bárbara Maia Cerqueira  
Claudia Irene de Quadros  
Manoella Fortes Fiebig

## Resumo

O rádio, que tem se transformado com novos dispositivos tecnológicos, é analisado como um lugar de afeto para o imigrante que busca na escuta uma forma de (re)construir o seu cotidiano. Este artigo, de caráter teórico, mostra como o radiojornalismo é fundamental nesse processo de reforço e ressignificação de códigos culturais expressos por meio do afeto, servindo até mesmo como um modo de acolher o sujeito diaspórico. Entre os operadores utilizados para a fundamentação teórica, destacamos algumas pesquisas do grupo de Rádio e Mídia Sonora da Intercom, princípios dos estudos culturais relacionados ao sujeito diaspórico e os conceitos da sociologia sobre pertencimento e afetos. Compreendemos que o rádio, inclusive o radiojornalismo, pode oferecer diferentes modos de ouvir e opções interativas para o ouvinte que deseja sentir-se parte do mundo.

**Palavras-chave:** Rádio. Afeto. Imigrante.

## The affective connection of the diasporic subject: from the antenna radio to the expanded

### Abstract

The radio, which has been transformed with new technological devices, is analyzed as a place of affection for the immigrant who seeks, in listening, a way to (re) build his daily life. This theoretical article shows how radio journalism is fundamental in this process of reinforcement and resignification of cultural codes expressed through affection, serving even as a way of welcoming the diasporic subject. Among the operators used for the theoretical foundation, we highlight some research from Intercom's "Radio and Sound Media" group, principles of cultural studies related to the diasporic subject and the concepts of sociology about belonging and affects. We understand that radio, including radio journalism, can offer different ways of listening and interactive options for the listener who wants to feel part of the world.

**Key words:** Radio. Affection. Immigrant.

Ouvir é um ato que compreende muito mais que apenas um sentido, ele também conecta, afasta, relaciona e evidencia memórias (SALOMÃO, 2003; KASEKER, 2010). Para o sujeito diaspórico, aquele que está longe da sua cidade de origem, o ouvir é também um ato de busca, de reconexão, de familiaridade. Estar em uma condição de diáspora significa estar distante do reconhecível, estar na condição de imigrante, que não é amplamente aceito em sua nova realidade e que busca no ato de ouvir a língua que o reconecta com o lar, o sotaque que o localiza e o afeto que o preenche. Por isso, o rádio foi o meio escolhido para compreender como se dão essas conexões. O imigrante se conecta ao rádio por intermédio do afeto, justamente porque esse meio o transporta ao local de origem. Este transporte temporal e geográfico é facilitado pela expansão do rádio, que se apresenta de variadas formas, como o *podcasting* e o rádio on-line.

Este artigo, que trata da escuta radiofônica como forma de pertencimento, foi dividido em três partes: a participação do ouvinte ao longo da história do rádio no Brasil; o afeto no rádio expandido; e, os mais variados modos de ouvir oferecidos ao sujeito diaspórico em contexto de convergência. Pretendemos, desse modo, refletir sobre a busca do pertencimento de um imigrante com o ato de ouvir o rádio e suas mais variadas formas. Este artigo, de caráter predominantemente teórico, se justifica pelo crescimento de imigrantes no país, dos brasileiros que deixam a pátria e pela necessidade de mostrar a importância do radiojornalismo e suas vinculações sociais e afetivas.

De acordo com o relatório da ONU (ONU NEWS, 2019), divulgado em 2019, o número de imigrantes chegou a 272 milhões em todo o mundo. No Brasil, entre 2010 e 2018, o Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP, 2019) registrou a chegada de mais de 700 mil estrangeiros. A maior parte deles vindos do Haiti, Bolívia, Venezuela e Colômbia. Entretanto, no *ranking* do governo brasileiro também há registros de imigrantes argentinos, chineses, portugueses, peruanos e uruguaios. Entre os brasileiros que deixam o país, há mais de três milhões que vivem em condição de diáspora. De acordo com a estimativa do Itamaraty, os países mais procurados pelos brasileiros são: Estados Unidos, com um número superior a 1 milhão, seguido do Paraguai e do Japão (ZANLORENSSI; ALMEIDA, 2018). Os motivos que impulsionam o fluxo migratório são inúmeros, como a busca por melhor qualidade de vida, emprego ou até mesmo a existência de guerras e outros conflitos. Independente dos motivos, o imigrante longe de seu espaço físico busca diferentes formas de conexão com a sua terra de origem. Neste artigo, procuramos evidenciar como o rádio pode estabelecer vínculos afetivos com esses sujeitos que buscam o som que transmite o reconhecível mesmo na vivência do diferente.

Na história do rádio diferentes momentos foram fundamentais para a construção de uma sólida relação com os ouvintes, por isso percorremos historicamente esses diferentes momentos, a fim de compreender a relação do rádio com seus ouvintes.

### A vinculação afetiva no rádio: uma história centenária

A discussão sobre o rádio e a relação com o ouvinte já foi destacada por diversos pesquisadores. Bertold Brecht (2005), por exemplo, apontava que o rádio poderia ser muito melhor se as pessoas pudessem participar dele. Por isso, no final dos anos 1920 Brecht já imaginava transformar o rádio de um aparelho de distribuição em um aparelho de comunicação. De lá para cá, o rádio evoluiu e os seus ouvintes também mudaram. Em um estudo recente sobre a relação entre rádio e público, enfatiza-se que “o ouvinte de rádio é uma categoria social que surge com o próprio meio e, ao longo de sua trajetória, tem transformações não somente nos seus modos de ouvir, como também de participar da programação e interagir socialmente” (QUADROS et. al., 2017, p. 191). A partir de oito categorias de ouvintes, as autoras descrevem mudanças ao longo dos 100 anos do rádio no contexto brasileiro. Neste artigo, resumimos essas categorias que revelam a interação e o protagonismo do ouvinte no rádio no Brasil. É importante ressaltar que essas categorias foram criadas

<sup>1</sup>O artigo “Perfis de ouvintes: perspectivas e desafios no panorama radiofônico”, publicado pela Revista Matrizes, traz várias experiências dessas categorias propostas por Quadros et al. (2017).

<sup>2</sup>O rádio expandido é conceito que se refere ao meio que se expande para além das ondas hertzianas e encontra-se nas mídias sociais, nos celulares, nas TV por assinatura, nos portais de música, a exemplo do Spotify. A principal referência no Brasil deste conceito é o pesquisador Marcelo Kischinhevsky (2016).

com base no contexto de cada época e, que por limite de espaço, não esgotamos todas as experiências vivenciadas pelas emissoras de rádio<sup>1</sup>. A primeira categoria, a do ouvinte aficionado, é formada pelos primeiros ouvintes das rádios clubes do Brasil. A programação, constituída em grande parte por música clássica e assuntos científicos, era influenciada por intelectuais da década 1920. Na segunda categoria, a do ouvinte construtor, a rádio comercial dos anos 1930 atraía mais pessoas com conteúdo popular. A Era de ouro do rádio revelou atrizes e atores em programações musicais e teve no auditório a participação do público. A terceira categoria, o ouvinte consumidor, trouxe grandes anunciantes para o rádio e seus produtos, demonstrando assim novas formas de consumo. A quarta categoria, a do ouvinte fã, ressalta a participação do ouvinte, como nos populares concursos da rainha do rádio, por exemplo. A quinta categoria, a do ouvinte em cena, surge com a participação do ouvinte nos programas de auditório.

No final dos anos 1960, o rádio assume um caráter mais informativo e de utilidade pública, como destacam Quadros e López (2014). Neste período, os ouvintes também são fonte de informação. Nos anos 1970, as cartas dos ouvintes são lidas e dramatizadas no ar e o telefone passa a ser usado como uma forma de interagir com o público de forma síncrona. “Tanto o telefone fixo, como posteriormente o celular, serão preponderantes para a aparição do ouvinte como atração na programação” (QUADROS et. al., 2017, p. 201). As autoras prosseguem afirmando que ao escutar o seu nome ou sua história no ar, o ouvinte “reforça o sentido de pertencimento e existência social” (QUADROS et. al., 2017, p. 201). Esse poder do rádio é possível perceber até hoje em muitos programas radiofônicos que buscam criar vínculos com o seu ouvinte. Na sexta categoria, a do ouvinte internauta, surgem as primeiras emissoras de rádio on-line. Nessa fase, diversos pesquisadores registram a evolução do rádio na Internet (PRATA, 2008; LOPEZ, 2009). Essa categoria pode ser dividida em duas fases. Na primeira, as rádios usavam a Internet para divulgar dados institucionais com o objetivo de atrair mais ouvintes/internautas, além de estabelecer mais vínculos com os ouvintes habituais. Na segunda fase, surgem mais ferramentas para explorar a interação entre as emissoras e os ouvintes. Se em meados dos anos 1990, a da primeira fase, existiam poucas emissoras na Internet, hoje elas se multiplicam e dialogam constantemente por meio da interação com o público nos sites de redes sociais digitais (KISCHINHEVSKY, 2016).

Na sétima categoria, a do ouvinte participativo, as interações se intensificam ainda mais nos sites de redes sociais. O desenvolvimento tecnológico permite que o ouvinte tenha acesso a novos formatos, como o *podcast*. Após o ano de 2010, o *podcast* começou a ser um formato muito explorado para a produção de conteúdo do próprio público (KISCHINHEVSKI, 2018). Agora, uma década depois, os meios convencionais fazem uso deste formato adotando diferentes narrativas sonoras para entreter e, principalmente, informar. Na oitava e última categoria identificada no estudo, a do ouvinte convergente, vive-se as transformações em várias dimensões: tecnológica, econômica, empresarial, profissional, de conteúdos e de audiência. Neste período, o público dos meios de comunicação ganha protagonismo nas discussões do mercado de trabalho e na academia científica. Aqui procuramos compreender um público específico: o sujeito diaspórico e sua relação de afetos com o rádio. Para isso, observamos o meio sob diversas interpretações, desde o rádio de antena até o rádio expandido<sup>2</sup>, compreendendo o sujeito diaspórico como um ouvinte convergente. Neste estudo, defendemos que o rádio é um lugar de afetos e que, por meio do radiojornalismo, o ouvinte convergente em situação de diáspora tem a possibilidade de se reconectar com seu local de origem, por meio da audição de notícias e conteúdos sobre seu país natal, com mediadores que evidenciem esses vínculos afetivos.

Ao observar a relação entre os ambientes e as pessoas, Maria Vittoria Giuliani (2004) destaca que o apego ao lugar está associado a presença de afetos. E o sentimento de apego, segundo a autora, pode ser gerado por meio de três processos: 1) a satisfação das necessidades da pessoa no local; 2) a relação entre a identidade da pessoa e os significados de lugares a nível simbólico e/ou físico; e 3) a familiaridade

e o período de residência associados ao bem-estar que isso proporciona às pessoas.

A experiência pessoal das três autoras deste artigo em já terem vivido longe da cidade de origem também contribuiu para refletir sobre a vinculação do rádio e do ouvinte que busca referências, notícias de sua região e procura por um sentimento de pertença, mesmo que longe geograficamente. Além disso, uma das autoras desenvolve em seu doutorado uma pesquisa sobre o rádio e as interações com o sujeito em situação de diáspora.

As pesquisadoras Claudia Quadros e Mônica Panis Kaseker (2007) apontam que o rádio, até mesmo antes da Internet, tem proporcionado profundas interações afetivas com o público. Um exemplo disso são as cartas enviadas, entre 1984 a 1991, para a *Rádio Clube Paranaense* de ouvintes que moravam no exterior. Estes ouvintes sintonizavam, por meio de ondas curtas, a programação radiofônica em busca de interações com vozes conhecidas. Antes do uso de aplicativos, como o *WhatsApp*, uma ligação telefônica de chamada internacional custava muito caro por minuto. Mais econômico, o rádio era uma forma de se manter informado sobre os fatos da sua cidade de origem e, assim, estabelecer vínculos sociais e afetivos. As cartas mencionadas demonstram os vínculos afetivos que os ouvintes estabeleciam com os locutores da emissora, reconhecendo cada um deles como um companheiro de sua jornada diária no exterior.

Na Segunda Guerra Mundial, o rádio também serviu como uma forma de conexão com o mundo exterior para aqueles que tiveram que fugir da perseguição nazista. Esse foi o caso de Anne Frank e sua família, que ficaram escondidos por mais de dois anos e tornaram-se estranhos ao cotidiano de sua própria cidade. Em seu diário (FRANK, 1996), que hoje faz parte do patrimônio da humanidade, Anne apresenta várias passagens em que o rádio ganha protagonismo em seu esconderijo. As emoções dela e da família são relatadas com as notícias radiofônicas recebidas. Anne, que começou o seu diário em 12 de janeiro de 1942, resolveu reescrevê-lo quando escutou em uma emissora de rádio que os judeus deveriam documentar o sofrimento deles (FOLHA DE S. PAULO, 2019). A relação estabelecida com o rádio mostrou, nesse caso, a necessidade de acompanhar as notícias da guerra, manterem-se informados sobre o cotidiano do local de origem e o desejo de buscar um lugar de pertencimento e de identificação.

Neste momento, passamos a também refletir sobre os vínculos sociais do radiojornalismo ao longo da história deste meio que há muito tempo atravessa fronteiras. Alguns autores, como Mozahir Salomão (2003, p. 26), ajudam-nos a pensar sobre o assunto. Para ele, o ouvinte segue uma programação porque os apresentadores de uma emissora radiofônica conseguem traduzir o olhar dele sobre determinados temas. “As experiências vivenciadas por ouvintes e as re(l)ações que eles estabelecem com o rádio podem nos levar, com certeza, a apontamentos importantes sobre a recepção radiofônica” (SALOMÃO, 2003, p. 69). Os exemplos destacados reforçam a ideia de que o sujeito diaspórico, foco deste artigo, busca na programação radiofônica uma forma de se conectar com as suas raízes.

Os livros que tratam da história do radiojornalismo no Brasil revelam que a construção de identidade do meio radiofônico sofreu alguma influência de emissoras da América Latina e dos Estados Unidos (SALOMÃO, 2003). No entanto, os locutores sempre tiveram um jeito próprio de leitura, com voz, timbres e tons específicos que os aproximava de seus ouvintes. As emoções e os vínculos só aumentaram quando o rádio passou a explorar uma programação “ao vivo” oferecendo ao ouvinte características específicas do meio, como a instantaneidade da notícia. Salomão (2003), ao relacionar o rádio com identificação grupal da recepção dos ouvintes, destaca a necessidade de descobrir como jornalistas do rádio oferecem ao ouvinte a tentativa de construção de uma identidade. Neste sentido, evidenciamos algumas referências que demonstram o uso e as apropriações do rádio ao longo da sua história centenária, bem como seus vínculos sociais com o ouvinte. Mônica Kaseker, baseada nos estudos de Michel de Certeau, Luce Giard e Pierre Mayol (1996), destaca que “as funções da socialidade humana estão em nosso espaço social e cultural” (KASEKER, 2010, p.45). Sua pesquisa procura compreender os modos de ouvir rádio de famílias, mas a reflexão sobre como os ouvintes se apropriam desse meio de comunicação

fornece algumas ideias para discutir as relações entre sujeito diaspórico, identidades, afetos e radiojornalismo. Segundo a autora, “a escuta radiofônica preenche nossas necessidades de ouvir para rememorar, fixar humores, nos relacionarmos com o mundo, serve também à introspecção, para exercer a devoção e a crença, imaginar e criar o cotidiano” (KASEKER, 2010, p. 259). Assim como a autora, compreendemos que a escuta pode devolver sentido de pertencimento. O sujeito diaspórico busca identificação ao sintonizar um programa de rádio da sua cidade de origem e, isso, nos motiva a valorizar o jornalismo no rádio expandido para quem se encontra desterritorializado. Ainda, destacamos outros estudos recentes que têm dado atenção aos modos de ouvir, as características socioculturais envolvidas no processo de escuta e a importância do rádio na vida das pessoas, bem como as suas interações com o meio (KISCHINHEVSKY, 2012; QUADROS; LOPEZ, 2014; BESPALHOK, 2015). Todas estas pesquisas, por conseguinte, são fundamentais para pensar o radiojornalismo em tempos de convergência.

Apesar de comumente o jornalismo ser tratado como antônimo da emoção, como uma ação puramente racional e de uma expressão objetiva, o afeto é aqui trabalhado como uma expressão de uma racionalidade social, visto ser sua expressão a manifestação de códigos sociais compartilhados por e pelo jornalismo e as mídias em geral, a exemplo do rádio. Assim, falar de afeto pela perspectiva do radiojornalismo significa também falar de conexões entre o social e o cultural, entre o racional e o afetivo, entre a linguagem e o ouvir.

### **O afeto e as tecnologias emergentes do radiojornalismo**

O afeto é tratado neste artigo desde a perspectiva antropológica e sociológica, uma vez que a análise realizada considera tanto o sujeito diaspórico como a realidade sociocultural tensionada no consumo do radiojornalismo. Apesar do afeto também ser conceituado a partir de uma abordagem biológica, “como tendo, muitas vezes, origem no funcionamento do corpo” (REZENDE; COELHO, 2010, p. 21), ele é aqui tratado como uma construção social, como uma expressão de códigos sociais que são reconhecíveis ou não aos grupos de convivência. Vladimir Safatle (2016, p. 15) traduz esses códigos sociais como um “sistema de reprodução material de formas hegemônicas de vida”. Logo, o afeto como expressão de códigos sociais considera haver na troca sociocultural dos sujeitos a materialização de crenças e valores compartilhados que determinam as formas aceitáveis de expressão afetiva.

Desse modo, as emoções também fazem parte do sistema de raciocínio ético. Para Martha Nussbaum (2001, p. 01), a partir das emoções é possível reconhecer qualquer julgamento para a escolha ética, “uma vez que reconhecemos que as emoções incluem em seus conteúdos julgamentos que podem ser verdadeiros ou falsos, bons ou maus para a escolha ética”. Débora Gadret (2016, p. 21), no entanto, enfatiza que os aspectos sociais e biológicos não estão dissociados ao declarar que “as emoções são baseadas em processos biológicos, elaboradas nas nossas relações cotidianas e conformadas pela cultura”. Nesse sentido, os afetos, compreendidos como construções biológicas e sociais, surgem a partir do convívio social, de um processo construtivo mediado pelas relações grupais e as pelas lembranças geradas nas inter-relações.

A memória individual ou coletiva está relacionada diretamente com o afeto. Os diferentes grupos sociais influenciam a formação da memória de um indivíduo (SILVA, 2016). Evidentemente que a memória coletiva não suprime a individual, mas pode ressignificá-la (HALBWACHS, 2006). Esta ressignificação, por conseguinte, pode ocorrer tanto pela influência da memória coletiva como pela troca massificada de códigos sociais feita pelos meios de comunicação. As mídias, como o rádio, possuem ferramentas de legitimação da linguagem social vigente e de ressignificação de memórias coletivas, por isso têm um importante papel na construção social dos afetos.

Os contatos realizados entre os grupos sociais, que resultam nessa ressignificação mnemônica, ocorrem pelo contato, pela vivência (a exemplo da família, em uma

perspectiva mais restrita, como também da cidade, pelo viés mais amplo). Porém, quanto mais expandimos essa realidade social, mas se dificulta o acesso às experiências e vivências diversas no que diz respeito ao contato pessoal. A mídia, portanto, assume o papel de mediar esta relação, relacionando as experiências diversas ao mesmo tempo de compõe um cenário reconhecível por todos. Maurice Halbwachs (2006) enfatiza:

*Quando muitas correntes sociais se cruzam e se chocam em nossa consciência, surgem esses estados que chamamos de instituições sensíveis e que tomam a forma de estados individuais porque não estão ligados inteiramente a um e a outro ambiente, e então os relacionamos a nós mesmos. Nem por isso eles puxam menos de toda a sua força e da intensidade de suas ações conjugadas que então se exercem sobre nós (HALBWACHS, 2006, p.58).*

Neste artigo observamos que os modos de ouvir rádio, que sempre passaram por modificações impulsionadas por evoluções<sup>3</sup> sociotécnicas e culturais, possuem em sua estrutura midiática uma clara busca por vincular-se afetivamente aos seus ouvintes. Esta busca é evidenciada pelas mudanças no falar dos locutores, nas pausas planejadas, na interação que pode ser encenada. Neste contexto, é importante considerar que há no *ethos* dos jornalistas aspectos que põem em evidência a busca pela racionalização no fazer profissional. Destaca-se, por exemplo, a objetividade, que se tornou um ideal jornalístico a partir do século XIX e se faz presente ainda hoje nas redações (TRAQUINA, 2012). Aqui, busca-se demonstrar o afeto como uma expressão racionalizada de códigos sociais reconhecíveis, ou seja, como ato racional e, que por assim o ser, faz parte da construção noticiosa. Além disso, o rádio é parte constituinte da sociedade e, por isso, reforça e ressignifica tais códigos sociais hegemônicos. Assim como o jornalismo, que também expressa códigos afetivos com o objetivo de informar por intermédio de uma linguagem acessível e facilmente identificada pelo receptor.

As próprias mudanças nas formas de distribuição e produção permitem ao radiojornalismo acessos afetivos diversos, que modificam não apenas a relação com o ouvinte, de forma direta, mas com o próprio entorno, visto que os modos de ouvir também foram transformados. A linguagem particularizada de cada plataforma de emissão sonora exige também um compartilhamento de códigos se utilizando igualmente de diversas possibilidades jornalísticas. Por isso, falar de afeto no radiojornalismo pela perspectiva da expansão do meio é fundamental na presente pesquisa. Marcelo Kischinhevsky (2016) disserta sobre como o rádio expandido, presente em diversas plataformas, modificou o modo de fazer e de ouvir conteúdos (informações ou entretenimento). A expansão do meio trouxe novas possibilidades para o ouvir, como a possibilidade de inserir produtos sonoros na rotina diária de forma personalizada para cada usuário. Assim, o rádio expandido possibilita ao imigrante manter uma relação até então enfraquecida pela distância, pois pode acessar informações e aspectos culturais que lhes são reconhecíveis, que o localiza em uma cultura específica. Desse modo, o afeto é observado como um ato de sociabilidade racionalizada e nele são expressos códigos sociais reconhecíveis que vinculam o imigrante ao rádio. A busca afetiva está relacionada a uma linguagem que faz parte de uma memória compartilhada, que reforça memórias individuais e ressignifica a condição de ser social deste sujeito. O sujeito diaspórico, portanto, busca os códigos que compartilha com seus concidadãos a fim de se reconhecer como parte de algo, de um lugar, de um país.

Apesar da complexidade dos conceitos aqui abordados – rádio expandido, afeto e diáspora – entende-se que há uma necessária conexão entre eles quando abordamos o imigrante. Há ainda uma conexão conceitual conhecida entre o rádio e o afeto, conforme elencamos anteriormente, que diz respeito ao papel que o meio ocupa entre seus ouvintes, isto é, “o rádio, como mídia que envolve todo o corpo, tem a capacidade de vincular os corpos e, em conjunto com as outras mídias, possibilitar a sincronização da vida em sociedade (MENEZES, 2007, p 19). Esta sincronização está atrelada a uma composição radiofônica que organiza a cidade, o tempo e fortalece ou ressignifica os afetos, já que no ato do ouvir

<sup>3</sup>Um exemplo das inovações e evoluções na área do rádio é a invenção do transistor (LOPEZ, 2009), equipamento que revolucionou a maneira como o rádio era ouvido nos anos 1940.

*somos desafiados a repotencializar a capacidade de vibração do corpo diante dos corpos dos outros, a ampliar o leque da sensorialidade para além da visão. Ir além da racionalidade que tudo quer ver, para 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 das tautologias midiáticas (MENEZES, 2008, p. 117).*

Neste artigo, no entanto, a observação do afeto vai para além do rádio, que é analisado como mediador afetivo, ou seja, como facilitador da (re)conexão do imigrante com o seu país de origem. Sob esse ponto de vista, o rádio se torna transnacional porque ele fala a sujeitos que estão inseridos em mais de um quadro social nacional estatal, que se relacionam a culturas, linguagens e códigos diversos, estando, porém, conectados a uma gama de redes sociais transfronteiras (como o rádio), que geram a identificação que o conforta (ELHAJJI; MALERBA, 2016, p. 114).

Essas redes que conectam auxiliam na criação de territórios étnico identitários que constituem um microuniverso específico dentro do universo maior da cidade. Desse modo, o rádio torna-se um meio que fortalece os códigos sociais de origem frente a também existência dos códigos sociais vigentes. Essa vivência faz com que o sujeito esteja numa constante condição de transição sociocultural, em que reconhece aspectos de diferentes códigos, mas nunca os absorve amplamente. As linguagens sociais são, portanto, códigos compartilhados que auxiliam nas renegociações identitárias do sujeito diaspórico, sendo o rádio um dispositivo importante neste processo. O acesso à língua mãe conecta o imigrante a um grupo reconhecível, mas apenas por momentos específicos, visto que a vivência da rotina diária deste sujeito ainda se dá em realidades discrepantes à daquela vivenciada pelo grupo étnico identitário. Há, inclusive, algumas rádios on-line, como a *Nikkey Rádio e TV*, que assumem o compromisso de ajudar o imigrante a aprimorar outra língua, promovendo interações entre diferentes nacionalidades (brasileira e japonesa). Os territórios étnicos identitários, portanto, são espaços em que os códigos sociais destoantes do vigente no país de moradia são compartilhados. Estes territórios permitem ao imigrante viver em uma realidade próxima daquela vivenciada em seu país de origem, em que a língua mãe é a vigente, a música, a comida e os interesses são os que predominavam antes da imigração.

Reconhece-se aqui que a cultura não é um processo finalizado, pronto ou fixo, mas sim algo que está em movimento, em mutação. Como afirma Stuart Hall (2018, p. 49), “estamos sempre em processo de formação cultural. A cultura não é uma questão de ontologia, de ser, mas de se tornar”. Apesar disso, o sujeito diaspórico tende a ter uma relação com seu local de origem de “uma política de identidade declarada” (BRAH, 2011, p. 24), adotando aquilo que o torna originário de determinado país. Assim, a referida adoção é relacionada a dois aspectos: a memória afetiva em relação ao local de origem e o que caracteriza o indivíduo de um determinado lugar. Por exemplo, as referências samba e futebol sempre vem à mente quando se fala de brasileiros. Essa caracterização identitária não é o que define o imigrante, porém, por não acompanhar, muitas vezes, as mudanças socioculturais vivenciadas pelos conterrâneos que ainda vivem no país de origem, os códigos sociais compartilhados não se atualizam e se tornam tradicionais nestes territórios étnicos. As comunidades alemãs de Santa Catarina, com suas celebrações culturais quase inexistentes na Alemanha atual, são exemplos desse fenômeno. Desse modo, fixar códigos, tornando-os tradições, permite que todos os integrantes destes territórios identifiquem ali um espaço de compartilhamento cultural de origem. Por isso que mesmo com a chegada de novos integrantes para compor este território, ainda há a predominância dos códigos tradicionais que vinculam os sujeitos, de forma geral, à sua origem. Além disso, a formação dos territórios étnicos identitários provoca mudanças também na cidade em que se forma, porque o compartilhamento cultural existente dentro destes grupos não permanece restrito apenas aos imigrantes. Há na existência diaspórica a condição de partilha multicultural, ou seja, uma condição em “que diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum, ao mesmo tempo em que retêm algo de sua identidade original” (HALL, 2018, p. 57).

O multiculturalismo, portanto, não é algo exclusivo do imigrante, mas também de todas as cidades que possuem, por meio da vivência destes imigrantes, seus territórios étnicos identitários. Nesse sentido, o rádio também possui uma importância central, visto ser um eficiente meio de compartilhamento cultural, principalmente por intermédio do jornalismo.

O radiojornalismo permite ao imigrante não apenas o acesso à língua mãe, ao sotaque ou à identificação cultural, mas ele dá acesso à informação. Munido disto, o sujeito diaspórico permanece ativo como cidadão de opinião, permitindo que continue a debater assuntos, a interpretar acontecimentos e a discutir temas relevantes ao seu país de origem. Ainda assim o processo de volta do imigrante ao país de origem, quando ocorre, é difícil, por isso que, normalmente, estranha as mudanças encontradas no momento de seu retorno. Por mais que os meios possibilitem ao imigrante uma participação ativa, mesmo distante, compreendemos que os meios de comunicação são apenas uma parte de um ecossistema que também contempla vivências. A relativização permite um olhar com maior criticidade sobre o papel do rádio como lugar de afetos para o imigrante. No entanto, não é um impedimento para refletir sobre a sua importância na (re)construção do cotidiano do sujeito diaspórico. As novas formas de ouvir rádio também auxiliam na intensificação da relação do radiojornalismo com a cidade atual e nesta renegociação identitária do sujeito diaspórico. Para compreender de que forma o sujeito diaspórico se relaciona com o rádio ou com as novas formas de ouvir, também é necessário realizarmos uma incursão nos formatos mais comuns de consumo.

### Do *broadcasting* aos *smart speakers*

O rádio, como vimos, assim como a grande maioria dos formatos da mídia convencional, passa por diversas intermediações e reestruturações em decorrência dos avanços tecnológicos e das apropriações do público. Ao considerar as diversas fases vividas pelo rádio para chegar no cenário cultural digital de hoje, fica evidente que as mudanças estruturais não são novas. Mas é apenas atualmente, com o desenvolvimento digital e, principalmente com a Internet, que as mudanças mais significativas no que se refere às formas de ouvir rádio e os formatos de mídia sonora, bem como os modos de produzir afetos e aproximações com a audiência, se reconfiguram. Ainda, para além dos suportes popularmente conhecidos, surgem dispositivos diferentes, a exemplo dos *smart speakers*, como novas possibilidades de difusão de conteúdo por voz (LOPEZ; KISCHINHEVSKY, 2018) e que podem, assim como o rádio convencional, viabilizar a vinculação afetiva do sujeito diaspórico com sua língua de origem.

Para os autores John Allen Hendricks e Bruce Mims (2018), não há dúvidas de que o rádio tradicional (*broadcasting*) permanece como um suporte importante no cenário midiático, à revelia de determinadas discussões que colocam em dúvida o papel da mídia convencional frente aos vertiginosos avanços tecnológicos<sup>4</sup>. No entanto, eles sinalizam a possibilidade de uma mudança de paradigma especialmente à medida que o rádio de antena entra em seu segundo século de existência, em que a competição já não se resume às demais emissoras de rádio. Neste cenário, o rádio de antena tem como concorrentes os *smartphones* com suas plataformas de *streaming* e rádios independentes on-line. O rádio dito convencional passa a se inserir em uma realidade midiática em que novos suportes e formatos midiáticos emergem, a exemplo dos dispositivos com *players* de música móvel (MP3, MP4 e *iPods*), *podcasting*, plataformas de *streaming* (como o *Spotify*, que reúne músicas, centenas de estações de rádio, *playlists* próprias ou criadas automaticamente via algoritmo para uma melhor experiência para o usuário), as rádios on-line e, inclusive, os *smart speakers*. Ressalta-se que o crescimento no uso desses dispositivos também tem movimentado a produção de podcasts jornalísticos de outros meios de comunicação, como os jornais e as televisões. Há, ainda, o rádio on-line que, por possuir características mais parecidas com o rádio ao vivo, permite um diálogo entre o ouvinte e o produtor, algo que aumenta ainda mais a possibilidade de gerar pertencimento. E o rádio on-line pode possuir uma produção

<sup>4</sup>Para estender o debate sobre o futuro das mídias, sugerimos a leitura do texto de Meditsch (2015).

mais localizada, o que evidencia a discrepância temporal para o ouvinte que se localiza geograficamente distante. Ao explorar uma das características da comunicação digital, a memória, o rádio on-line permite maior flexibilidade no tempo de ouvir, já que o conteúdo geralmente continua disponível mesmo após a transmissão ao vivo.

<sup>5</sup>No original: The biggest competitive challenge to radio today is posed by a range of interactive devices (HENDRICKS; MIMS, 2018, p.64).

<sup>6</sup>No original: “Esta modalidad ha alcanzado un crecimiento exponencial y las cifras indican un potencial de expansión del mercado mucho mayor que en otras partes del mundo” (LÓPEZ; CUENCA, 2019, p. 11-12).

<sup>7</sup>No original: “Timeshift is when listeners consume audio at times that are convenient for them rather than listening to a ‘live’ broadcast” (HENDRICKS; MIMS, 2018, on-line).

Hendricks e Mims (2018, p.64) pontuam que “o maior desafio competitivo do rádio é apresentado por uma variedade de dispositivos interativos” (tradução nossa<sup>5</sup>), tais como os *smartphones*, *tablets* e computadores com acesso à Internet, capacidade de *download* de músicas e acesso às plataformas de *streaming*. Segundo Juan Carlos López e Carlos Cuenca (2019), os serviços de *streaming* hoje são os protagonistas na difusão de conteúdo informativo e de entretenimento em mídia sonora e na América Latina “essa modalidade alcançou crescimento exponencial e os números indicam um potencial de expansão de mercado muito maior do que em outras partes do mundo” (LÓPEZ; CUENCA, 2019, p. 11-12, tradução nossa<sup>6</sup>). Desta forma, não há como se pensar o rádio hoje sem levar em consideração suas vertentes mais atuais e, da mesma forma, não há como falarmos do sujeito diaspórico e sua relação com o rádio, sem levarmos em consideração as diversas formas de acesso aos conteúdos sonoros que o transportam para sua origem. O *podcasting*, por sua vez, é considerado por Hendricks e Mims (2018) como a grande inovação na área da indústria do *broadcasting*, visto a facilidade no seu uso, que pode ocorrer por diversos dispositivos (celular, computador ou *tablet*, por exemplo), permitindo, inclusive, o consumo em momentos diversos: “Timeshift é quando os ouvintes consomem áudio nos momentos mais convenientes para eles, em vez de ouvir uma transmissão ao vivo” (HENDRICKS; MIMS, 2018, on-line, tradução nossa<sup>7</sup>). O termo “timeshift” designa as possibilidades que estas plataformas on-line abrem de conceder certa liberdade aos ouvintes, já que estes podem ter acesso ao conteúdo disponibilizado pelas plataformas de *streaming* a qualquer hora do dia ou da noite e em qualquer lugar. Como já pontuamos acima, esta é uma característica fundamental para o consumo de conteúdo pelo sujeito diaspórico, já que as questões de fuso horário interferem na relação com programações tradicionais, que seguem uma grade fixa de programação ao vivo. Essa é uma das grandes diferenças entre os novos formatos disponíveis via *streaming* quando comparados ao *broadcasting*, já que as rádios convencionais costumam manter uma programação fixa com horários pré-determinados dentro de uma grade e, além disso, os ouvintes devem, obrigatoriamente, estar sintonizados para obter acesso aos programas jornalísticos e transmissões musicais. Assim, o *podcast* figura como um formato radiofônico que permite um consumo com tempo controlado e desvinculado de um calendário pré-estabelecido. O radiojornalismo tem apostado neste formato. A CBN (Central Brasileira de Notícias), por exemplo, disponibiliza diversos *podcasts* no site da emissora. Um deles é o “Longe de Casa”, apresentado por Liliana Bäckert. O *podcast* é apresentado como uma forma de tirar dúvidas daqueles que moram ou pensam em morar fora do país. Ao comentar sobre as dificuldades de adaptação no exterior, a apresentadora e jornalista também busca conexões com outros brasileiros que vivem em outros países.

Para além das plataformas de streaming, Kischinhevsky e Lopez (2018) trazem à luz uma discussão sobre o surgimento de um novo conceito, que avança nas discussões sobre *broadcasting* e novos suportes de mídia sonora: são os *smart speakers*. Na visão dos autores, estes *gadgets*, que ganham cada vez mais espaço no cotidiano social, figurariam como um novo suporte para a difusão de conteúdo em áudio: são as assistentes virtuais, cuja configuração e ativação é realizada via reconhecimento de voz. Segundo os autores, a pesquisa *The Smart Audio Report*, divulgada pela NPR e pela Edison Research em 2017, mostrou que os *smart speakers* estão assumindo um papel cada vez mais significativo na indústria e no consumo por parte da população, já que 18% dos entrevistados citaram o uso de alto-falantes inteligentes durante o estudo, ficando atrás apenas dos *smartphones/tablets*, que foram citados em 28% das entrevistas e do rádio AM/FM, que obteve 20% de respostas. Neste contexto, os *smart speakers* são um resultado instrumental dos avanços dos *big data* no mercado midiático

e se estabelecem como suportes que refletem os avanços tecnológicos, bem como as novas praxes da audiência em busca de entretenimento e conteúdo jornalístico. Assim, enxergamos nas diversas possibilidades de acesso aos conteúdos sonoros uma forma de criar vínculos afetivos entre o sujeito diaspórico e suas origens: especialmente porque, longe de casa, a Internet possibilita o acesso a conteúdo on-line que o conectam com sua cidade, estado ou país. Seja via *podcasting*, *smart speaker*, *playlist* no *Spotify* ou rádio on-line, é o som que conecta, que intensifica, que relembra. São as notícias de sua terra natal, ouvidas por intermédio de um meio sonoro que fazem com que o sujeito diaspórico se reconecte e se reconheça com suas origens. É o ato de ouvir que transporta quem ouve: seja para um momento da vida, quando ouvimos uma música marcante, seja para um local de sinestesia, quando falamos do sujeito diaspórico.

## Considerações

O rádio é um lugar de afetos para o imigrante, que busca no processo de escuta sua própria identidade para (re)construir o seu cotidiano. Uma vez que o número de imigrantes cresceu em todo o mundo, aumenta também a necessidade de oferecer possibilidades de conexão com suas origens, culturas e afetos por meio de diferentes modos de ouvir. O rádio ao longo da sua trajetória centenária possibilitou desde o *broadcasting* conexões com o conhecido, estabelecendo interações com seus ouvintes. No rádio expandido, essas conexões se ampliam e abrem novos caminhos para o radiojornalismo com a apropriação de formatos nativos digitais, como o *podcasting* e o suporte dos *smart speakers*. Defendemos neste artigo que o jornalismo é fundamental no processo de ressignificação de códigos culturais expressos por meio do afeto, pois, quando se está distante, uma das formas mais efetivas de ainda pertencer àquele grupo ou local de origem, é consumindo notícias de sua cidade, estado ou país. Estar por dentro dos acontecimentos de sua terra natal é uma das formas de manter os vínculos com sua língua e seu povo. É tomar as mesmas dores quando ouve a notícia de uma catástrofe natural, por exemplo. Ou, ainda, é alegrar-se com as notícias e sons do carnaval, no caso de um imigrante brasileiro fora de terras tupiniquins. Num contexto de diáspora, o sujeito que se encontra fora de sua nação, tem a possibilidade de recorrer aos conteúdos noticiosos para manter-se não apenas informado, mas também afagado pela audição de sua língua. Portanto, do reconhecível.

Compreendemos que ao estabelecer conexões dessa forma o radiojornalismo também pode prestar um serviço de acolhimento ao sujeito diaspórico, que encontra no ato de ouvir notícias de sua região e no contato com sua língua materna uma forma de reconexão com suas próprias subjetividades e memórias afetivas. As possibilidades do rádio expandido foram apresentadas e discutidas com o intuito de explorar as tecnologias emergentes para contar uma história por meio do áudio, sensibilizar o ouvinte, oferecer diferentes modos de ouvir e estabelecer conexões com o imigrante que pode encontrar no meio um lugar que o ajude a enfrentar novos desafios em terras estrangeiras. A reflexão é um ponto de partida para analisar inúmeros modelos existentes no rádio expandido. Por falta de espaço, optou-se neste artigo por tensionar teorias sobre o tema. Em pesquisas futuras, pretendemos analisar como alguns desses modelos conquistam efetivamente essas vinculações sociais e afetivas. Compreendemos que o estudo deve ser ampliado para outros públicos, sobretudo os considerados minorias como os ouvintes idosos.

---

## Referências

BERTOLD, B. Teoria do Rádio (1927-1932). In: MEDITSCH, Eduardo. **Teorias do Rádio**: textos e contextos, v.1, Florianópolis, 2005, p. 35-45.

- BESPALHOK, F. L. B. **As interações do rádio expandido**: as experiências das emisoras curitibanas Massa FM, Caiobá FM e 98 FM. Tese (Doutorado em Comunicação e Linguagens) – Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2015.
- BRAH, A. **Cartografías de la diáspora**: Identidades en cuestión. Madrid: Traficantes de Sueños, 2011.
- CERTEAU, M, de; GIARD, L.; MAYOL, P. **A invenção do cotidiano**: 2. morar, cozinhar. Petrópolis/RJ, Vozes, 1996.
- ELHAJJI, M.; MALERBA, J. Dos usos comunitários da webradiofonia no contexto migratório transnacional. **REMHU - Rev. Interdiscip. Mobil. Hum.**, Brasília, Ano XXIV, n. 46, p. 109-127, jan./abr. 2016.
- Folha de S. Paulo. **Versão original de diário de Anne Frank ganha publicação inédita**. São Paulo, FSP, 12 de maio de 2019. Disponível em <https://bit.ly/2PougG0>. Acesso em: 23 out. 2019.
- FRANK, A. **Diario Ana Frank**. Tradução de Diego J. Puls. Barcelona: P&J, 1996.
- GADRET, D. L. **A emoção na reportagem de televisão**: as qualidades estéticas e a organização do enquadramento. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016.
- GIULIANI, M. V. O lugar do apego nas relações pessoas-ambiente. *In*: TASSARA, E. T.; RABINOVICH, E. P.; GUEDES, M. C. (Ed.). **Psicologia e ambiente**. São Paulo: Educ, 2004. p. 89-106.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006.
- HALL, S. **Da Diáspora**: Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.
- HENDRICKS, J.; MIMS, B. **The Radio Station**: Broadcasting, Podcasting, and Streaming. New York. Tenth Edition: by Routledge, 2018.
- KASEKER, M. P. **O que escutar quer dizer**: a constituição do ouvinte de rádio no cotidiano familiar. Tese (Doutorado em Sociologia) Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.
- KISCHINHEVSKY, M. Rádio Social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 410-437, maio/ago. 2012.
- KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- KISCHINHEVSKY, M.; LOPEZ, D. C. A emergência dos smart speakers e os desafios ao rádio no contexto do big data. *In*: 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. **Anais...** 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2018. v. 1. p. 1-15.
- LOPEZ, D. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009).

LOPEZ, D. Marcos tecnológicos do radiojornalismo no Brasil: uma revisão histórica. In: Luciano Klöckner; Nair Prata. (Org.). **História da mídia sonora: experiências, memórias e afetos de norte a sul do Brasil**. 1. ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2009, v. 1, p. 466-482.

LÓPEZ, J. P.; CUENCA, C. **Radio Insurgente**. Màster en Gestió Cultural, Facultat d'Humanitats, Universitat Internacional de Catalunya. 2019. Disponível em: <https://bit.ly/2Ni86Tr>. Acesso em: 26 out. 2019.

MEDITSCH, E. Sobre o tempo no rádio, no jornalismo e na academia. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 06, n. 01, pp. 217-231, jan./jun. 2015.

MENEZES, J. E. Cultura do ouvir: os vínculos sonoros na contemporaneidade. **Líbero**, São Paulo, ano XI, nº 21, p. 111-118, 2008.

MENEZES, J. E. **Rádio e Cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.

MJSP. **Brasil registra mais de 700 mil migrantes entre 2010 e 2018**. Notícias do MJSP, Brasília, 22 de agosto de 2018. Disponível em: <https://bit.ly/39Xm0o7>. Acesso em: 15 set. 2019.

NUSSBAUM, Martha. **Upheavals of thought: the intelligence of emotions**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

ONU News: **Número de migrantes internacionais no mundo chega a 272 milhões**. Rio de Janeiro, 27 de novembro de 2019. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2019/11/1696031>. Acesso em: 29 nov. 2019.

PRATA, N. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

QUADROS, C. I.; BESPALHOK, F. B.; BIANCHI, KASEKER, M. P. Perfis de ouvintes: perspectivas e desafios no panorama radiofônico. São Paulo, **Matrizes**, v. 11, n. 1, jan./abr., 2017, 189-2009.

QUADROS, C.; KASEKER, M. P. Rádio no Paraná: histórias para contar de um passado silencioso. V Congresso Nacional de História da Mídia, São Paulo, 31 maio a 02 de junho, 2007.

QUADROS, M.; LOPEZ, D. O rádio interativo e o ouvinte: um olhar sobre a evolução das tecnologias de participação e o desenvolvimento do meio no Brasil. **Media & Jornalismo**, Lisboa, ano 24, v. 13, n. 1, p. 39-50, 2014.

REZENDE, Claudia Barcellos e COELHO, Maria Cláudia. **Antropologia das Emoções**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. Série Sociedade e Cultura, 2010.

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

SAFATLE, V. **O circuito dos afetos: corpos políticos, desemprego e o fim do indivíduo**. São Paulo: Autêntica, 2016.

SILVA, G.F. A memória coletiva. **Aedos**, Porto Alegre, v. 8, n. 18, 2016, p. 247-253.

UOL. **Há 272 milhões de imigrantes no mundo, aponta relatório da ONU**. São Paulo, 17/09/2019. Disponível em: <https://bit.ly/34anZC7>. Acesso em: 21 out. de 2019.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Insular: Florianópolis, 2012.

ZANLORENSSI, G.; ALMEIDA. Em que países vivem os brasileiros no exterior, segundo o Itamaraty. **Nexo**. São Paulo, 16/02/2018. Disponível em: [goo.gl/T2nPcz](https://goo.gl/T2nPcz). Acesso em: 15 set. 2019.