



As comunidades de afeto no radiojornalismo contemporâneo

Bárbara Maia¹

Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ.

Resumo: A presente pesquisa objetiva compreender como ocorrem as formações das comunidades de afeto perante o radiojornalismo contemporâneo e quais características fortalecem a criação de narrativas emocionais na produção radiofônica. Como arcabouço teórico, parte-se de duas discussões centrais: a primeira, refere-se às discussões a respeito das características do radiojornalismo atual e do próprio rádio frente a um cenário convergente; a segunda, centra-se no conceito de comunidade de afeto, proposto pelo sociólogo Maurice Halbwachs e das pesquisas antropológicas e sociológicas das emoções. O tensionamento ocorre pelas reflexões acerca das emoções no jornalismo, que possui como valor base de sua prática a objetividade como antônima da emoção, perante as características do rádio, que possui marcado perfil emocional.

Palavras-chave: radiojornalismo; comunidades de afeto; narrativa jornalística; emoção.

1. Introdução

A pesquisa aqui proposta visa compreender como ocorrem as formações de comunidades de afeto perante uma narrativa radiojornalística contemporânea, que busca,

¹ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ. Bolsista Faperj. Orientanda do professor doutor Marcelo Kischinhevsky. E-mail: barbaramaiap@gmail.com.

muitas vezes, provocar emoções em sua audiência. Para tanto, será preciso tensionar três complexas realidades teóricas, que sozinhas ocupam temas centrais de muitas pesquisas no campo comunicacional. São elas: a discussão acerca do que caracteriza o rádio-jornalismo contemporâneo, inserido em um cenário de multiplicidade de possibilidades narrativas; a própria noção de narrativa jornalística e, por último, o entendimento sobre a formação das comunidades de afeto no que tange os meios de comunicação.

Ressalta-se, contudo, que algumas das discussões acima descritas trazem ainda outras realidades teóricas, que carecem de explicação. A exemplo, cita-se o rádio expandido e a memória. Enquanto a primeira está associada a realidade de múltiplas narrativas, a segunda está atrelada ao conceito de comunidades de afeto. O rádio expandido trata da identidade radiofônica por um mais viés amplo, que se expande para além das ondas *hertzianas* e abarca novas modalidades produtivas e distributivas de se fazer rádio. Este conceito problematiza o cenário radiofônico, visto compreender novos atores sociais, aparatos tecnológicos e mediações.

O rádio-jornalismo, portanto, torna-se uma narrativa complexa, justamente por inserir-se a sua prática diversas novas formas de produção e distribuição e novos atores sociais não profissionais, ou seja, ouvintes que buscam participar ativamente na produção jornalística. A isto, acrescenta-se a problemática da própria definição do que caracteriza uma narrativa jornalística, visto estas serem produzidas não apenas por profissionais e empresas midiáticas de credibilidade reconhecida pelo público, mas por perfis diversos.

Já a memória é o local de partida para a compreensão do conceito de comunidades de afetos, visto que “para Halbwachs o indivíduo que lembra é sempre um indivíduo inserido e habitado por grupos de referência; a memória é sempre construída em grupo” (SANDOVAL; MAHFOUD, 1993, p. 288). Assim, as lembranças são frutos de vivências, relações e interações entre o sujeito e seus diversos grupos, gerando, também, as memórias de afeto ou afetivas. Portanto, a criação de arcabouço emocional, por meio do afeto, ocorre por intermédio das vivências grupais, recuperadas pela memória.

Contudo, antes de iniciar o debate acerca do afeto, faz-se necessário discutir as diversas perspectivas existentes do que caracteriza o rádio e o jornalismo como tal e quais as transformações ocorridas neste campo profissional com a emergência de tecnologias

digitais e as modificações das práticas produtivas. Objetiva-se aqui definir a trajetória conceitual que será utilizada para o debate proposto, porém, sem desconsiderar a complexidade das discussões acerca do jornalismo no meio acadêmico.

2. O que caracteriza o jornalismo contemporâneo?

Definir o que é jornalismo, na atual configuração dos meios de comunicação, é um desafio, visto envolver o constante risco de uma abordagem limitadora quanto ao potencial existente na profissão. Pode-se argumentar que o jornalismo é aquele produzido por profissionais formados, porém, principalmente no Brasil, tal afirmação recai na problemática da não exigência do diploma. Outra possível forma de definição parte dos compartilhados valores profissionais dos jornalistas. Há na “notícia, na procura pela verdade, na independência, na objetividade, e numa noção de serviço público – uma constelação de ideias que dá forma a nova visão do “polo intelectual do campo jornalístico” (TRAQUINA, 2012, p. 34). Contudo, estes valores são questionados não apenas pelos acadêmicos, mas muitas vezes pelos próprios profissionais.

Em pesquisa realizada pela autora em uma redação de uma rádio *all news* paranaense, por exemplo, observou-se que valores como independência e autoridade não se faziam mais presentes no discurso dos jornalistas contratados. Relacionou-se a tal ausência a forte concorrência, pulverizada na internet e a multiplicidade de canais de distribuição (MAIA, 2017). Além disso, há pesquisas diversas que questionam a objetividade no jornalismo, a exemplo da realizada por Michael Schudson (2010). Para o autor, além da objetividade ser uma forma de parcialidade por priorizar estruturas que fortalecem as relações de poder e de privilégios, considera ser uma forma encontrada pelos jornalistas e os meios de se protegerem quanto a responsabilidade de divulgar fatos, ou seja, “a objetividade é um conjunto de convenções concretas que persistem, porque reduzem o grau em que os próprios repórteres podem ser responsabilizados pelas palavras que escrevem” (SCHUDSON, 2010, p. 216).

Até mesmo a verdade, base do *ethos* do jornalismo, é relativizada quanto a sua efetividade. Nilson Lage (2012) questiona ser os fatos originários dos acontecimentos inventados e não surgidos, ou seja, a verdade é estabelecida “no campo específico de

sua formulação, obedecem, na aplicação ao mundo real, a outras verdades mutáveis e menos formalizadas – verdades que se evidenciam na luta pelo poder, (...) e nas relações da economia” (LAGE, 2012, p. 129). O autor, portanto, questiona a verdade como representação absoluta do acontecimento, sendo, muito mais, um exercício interpretativo da realidade, em que desejos e as relações de poder são influenciadores dos recortes dados.

Outra abordagem é a que define o jornalismo como gênero discursivo. Para esta concepção, evita-se conferir ao gênero “um estatuto essencialmente formal, o de um conjunto de propriedades estilísticas, ao passo que o gênero define também as condições de utilização dos textos que pertencem a ele” (MAINGUENEAU, 2007, p. 141), e se busca compreender o gênero a partir de mais de um ponto de vista. Utiliza-se também, para tal percepção, a base teórica da análise do discurso, compreendendo assim todo discurso como dialógico (BENETTI, 2008), ou seja, “o discurso não acontece no texto, compreendendo aqui texto como um objeto material, escrito, oral ou pura imagem. Ele acontece entre os sujeitos da interlocução” (BENETTI, 2008, p. 17). Assim, o jornalismo como discurso ocorre entre sujeitos.

Contudo, apesar de considerar o sujeito central, a análise do discurso retira este do centro do poder. “Isso quer dizer que o sujeito tem um poder de enunciação relativo, pois está submetido a regras que lhe são exteriores e anteriores – e sobre as quais geralmente não tem domínio” (BENETTI, 2008, p. 17). Ressalta-se, porém, que esta concepção de jornalismo como discurso não será utilizada como base teórica na presente pesquisa justamente por sobrelevar o enunciado ao sujeito, visto tal perspectiva não permitir a análise da relação sujeito e mídia como uma interação criadora de afeto.

Já a concepção de jornalismo como narrativa surge da compreensão da narrativa como “o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (...) em relatos. A partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com as outras em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico” (MOTTA, 2005, p. 2). Assim, a narrativa midiática pode ser tanto fática, fictícia ou híbrida, visto explorarem tanto os efeitos do real como do emocional (MOTTA, 2005).

No entanto, uma questão presente na noção de jornalismo como narrativa, é a de que este produz materiais isolados, sem narratividade. Apesar disso, o receptor, ao fazer

a junção destas partes isoladas criadas pelo jornalismo, cria uma narrativa específica, como um acontecimento único. “A realidade recriada adquire então nova estrutura, clímax e desfechos de histórias que se encaixam em uma narrativa inédita e completa. As notícias unitárias passam a ser parte de um acontecimento integral” (MOTTA, 2005, p. 3).

A narrativa jornalística conecta-se consideravelmente ao conceito de afeto, visto ser compreendida como “formas de relações que se estabelecem por causa da cultura, da convivência entre seres vivos com interesses, desejos, vontades e sob os constrangimentos e as condições sociais de hierarquia e de poder” (MOTTA, 2005, p. 3). Assim o sentido, estas relações estabelecidas entre o sujeito e a mídia favorecem o surgimento das comunidades de afeto, que carecem das memórias afetivas criadas no momento da recepção.

Todavia, há autores que divergem dessa noção do jornalismo como narrativa, a exemplo de Nilson Lage (2001), que sustenta “que a estrutura textual dominante que se consolida no jornalismo de referência ao longo do século XX se insere numa ordem expositiva, afastando-se da ordem narrativa, característica do texto literário” (KISCHINHEVSKY, 2017, p. 2). Mas, como afirma Muniz Sodré, a “ausência de linearidade nos enunciados não impede a existência da narrativa” (KISCHINHEVSKY, 2017, p. 3).

Esta concepção permanece frente à convergência de meios, mas integrando à narrativa novos atributos. Nora Paul e Christina Fiebich (2005) citam cinco exemplos com o intuito de evidenciar estas novas características, sendo elas:

- 1) Mídia – compõe os elementos utilizados para produzir o pacote informativo, relacionados à criação do roteiro e suporte da narrativa;
- 2) Ação – refere-se ao movimento realizado dentro do próprio conteúdo e também ao movimento do usuário na obtenção das informações;
- 3) Relacionamento – diz respeito à forma como o conteúdo pode ser acessado, seja pela personalização ou interatividade;
- 4) Contexto – potencializado no ambiente digital pelo uso dos links que fornecem informações adicionais;
- e 5) Comunicação – relacionado à habilidade de se conectar com outras pessoas (BARBOSA, NORMANDE, ALMEIDA, 2014, p. 5)

Porém, esta abordagem evidencia como novo aspecto a participação dos usuários, sendo que na estrutura narrativa midiática esta relação sempre foi central e importante, por ser determinante o reconhecimento dos sujeitos da relação quanto às forças e ten-

sões existentes no ato midiático. Já para Bertocchi (2006), o que mudou com as tecnologias digitais foi a alteração da retórica, com o surgimento do hipertexto, da interatividade e da multimidialidade (BARBOSA, NORMANDE, ALMEIDA, 2014, p. 5), ou seja, a estrutura narrativa foi modificada, visto ganhar possibilidades que tornam a relação entre o meio e o receptor mais complexa. No entanto, é possível questionar se todo recurso multimídia, utilizado pelos jornais, caracteriza uma narrativa, visto muitas vezes objetivarem muito mais o entretenimento (a exemplo do uso de games em material jornalísticos multimídia que não possuem narrativas próprias).

Mas é importante salientar que a recepção da narrativa jornalística passou sim por transformações, principalmente no que concerne a possibilidade de determinar o que será lido primeiro, em que ordem ou de que forma. Além de permitir o compartilhamento das narrativas e o complemento das mesmas através de postagens em redes sociais.

O leitor além de assumir o controle do fluxo narrativo, escolhendo o início, meio e fim da sua navegação, demanda um produto capaz de atrair e manter sua atenção ao longo da leitura, também atua de modo ativo no compartilhamento e espalhamento do conteúdo jornalístico, tendo em vista que as narrativas abordam temáticas atemporais que, em um primeiro momento, poderiam atrair um grupo mais restrito de usuários (BARBOSA, NORMANDE, ALMEIDA, 2014, p. 17).

Frisa-se, entretanto que, apesar das mudanças citadas, o consumidor sempre ocupou importante papel na relação comunicacional produtor/receptor, tanto pela necessidade de reconhecimento pelo receptor das notícias através de filtros culturais e afetivos específicos, fundamentais para a criação das comunidades de afeto, como pelas memórias geradas pelo sujeito e seus respectivos grupos, que são fruto não apenas da relação midiática, mas também do vínculo com diversas outras mediações.

Mas para entender como esta narrativa jornalística é problematizada no ambiente radiofônico, especificamente, é preciso antes trazer o conceito que caracteriza o rádio no cenário de convergência midiática, ou seja, o rádio frente a uma multiplicidade de narrativas e tecnologias, visto haver na prática do radiojornalismo, especificidades que carecem de análise no que tange a criação e a vinculação afetiva e emocional.

3. Rádio expandido

Se definir o que é jornalismo atualmente é um desafio, iguala-se o exercício de definir o que caracteriza o rádio frente a multiplicidade de possibilidades narrativas. Com o surgimento de novas modalidades radiofônicas, a exemplo do *podcasting* e dos serviços de *streaming*, a identidade do meio passou a ser questionada. O rádio seria definido pelo suporte utilizado? Ao ganhar imagem, perde sua característica principal? Diversos autores já buscaram responder a estas e outras perguntas que definissem o meio (MEDITSCH, 2001; CEBRIÁN HERREROS, 2008; FERNÁNDEZ, et al, 2008; FERRARETO e KISCHINHEVSKY, 2010), mas é no conceito de rádio expandido que embasa-se a definição aqui trabalhada, que diz ser hoje o rádio “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” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 13).

Esta definição, longe de simplificar o objeto de pesquisa, o problematiza, visto inserir uma ampla diversidade de novos atores sociais, aparatos tecnológicos e mediações culturais. As plataformas digitais dão ao rádio novas características, o que exige uma compreensão mais ampla do meio para que ele não se torne invisível. Ressalta-se, contudo, que o conceito não elimina as divergências sobre a identidade do rádio, longe disso. Porém, dá um norte acerca das possibilidades que o meio abarca. Um exemplo disso é o *podcasting*, que foi tema de diversos debates entre os estudiosos do meio, isto "porque o *podcasting* não envolveria transmissão em tempo real, nem em fluxo contínuo, aproximando-se, portanto, da fonografia ou mesmo configurando um novo meio de comunicação, inserido numa lógica digital" (KISCHINHEVSKY, 2017, p. 5).

No radiojornalismo não é diferente, visto que há produções que se utilizam desta variedade de plataformas. Porém, ainda há uma predominância nos formatos ditos tradicionais, ou seja, nas produções AM/FM e a reprodução destas em ambiente digital, menos encontrando-se hoje diversas produções em *podcasting*, a exemplo da CBN. Contudo, a modalidade radiofônica que predomina no cenário do radiojornalismo brasileiro é o *hertziano*.

Este formato tradicional, todavia, mantém o perfil afetivo do rádio, que é o do companheiro, amigo, aquele que conversa com os ouvintes. Encontra-se, portanto, um

paradoxo na prática do radiojornalismo, visto haver na base ontológica do jornalismo valores que buscam isentar os profissionais de vínculos emocionais, mas este sendo produzido por um meio que construiu, ao longo de sua história, um reconhecido vínculo afetivo com sua audiência. Porém, antes de adentrar tal discussão, é preciso percorrer a construção teórica do afeto e da emoção, que permitirão uma compreensão ampla do cenário que se busca descrever.

4. As Comunidades de Afeto

A comunidade como categoria de análise carece de revisitação quanto a seu significado conceitual, “entendendo-o como inerentemente paradoxal, uma vez que se trata, ao mesmo tempo, de categoria de integração e de autonomia, de diferenciação e de identificação” (COSTA, CASTRO e SILVA, 2015, p. 286). A comunidade está atrelada a história que acompanha o individual e o grupal, ou seja, relaciona-se aos vínculos entre as pessoas (COSTA, CASTRO e SILVA, 2015). E é justamente sobre estas tensões entre o ego e o outro que se centra o conceito de comunidade de afeto, que está intrinsecamente atrelada à ideia de memória coletiva.

A ideia de uma memória coletiva não busca suprimir a importância das vivências individuais, longe disso, afinal "a primeira testemunha, à qual podemos sempre apelar, é a nós próprios" (HALBWACHS, 2006, p. 24), porém, é pelo acesso a memória coletiva que o sujeito confirma a lembrança, pois, confia-se mais nas experiências compartilhadas que naquelas vivenciadas apenas por si mesmo.

Assim, para confirmar ou recordar uma lembrança, as testemunhas, no sentido comum do termo, isto é, indivíduos presentes sob uma forma material e sensível, não são necessárias. Elas não seriam, todavia, suficientes. Acontece, com efeito, que uma ou várias pessoas, reunindo suas lembranças, possam descrever muito exatamente os fatos ou os objetos que vimos ao mesmo tempo que elas, e mesmo reconstituir toda a sequência de nossos atos e de nossas palavras dentro das circunstâncias definidas, sem que nos lembrássemos de tudo aquilo (HALBWACHS, 2006, p.26).

Esta memória artificial, presente não apenas nas vivências testemunhadas presencialmente, mas também naquelas criadas com a recepção de um programa radiofônico, por exemplo, podem modificar a impressão que o sujeito tem do meio em que vive.

Mas, para que aquele acontecimento fixe na lembrança afetiva, é necessário que haja um reconhecimento, uma conexão realizada entre este e outros fatos, vivenciados pelo receptor, incorporando-se as memórias reais. E para que um acontecimento se torne uma lembrança, além de resgatar os momentos vivenciados, “é necessário que esta reconstrução se opere a partir de dados ou de noções comuns que se encontram tanto no nosso espírito como no dos outros” (HALBWACHS, 2006, p. 36), ou seja, ocorrendo em concomitância com o vivenciado pelo grupo.

Por mais que tenha havido por parte do indivíduo, uma experiência que remonta a um afeto positivo, se tal memória individual não for reforçada pela coletividade, é possível que a lembrança seja modificada com o reforço do grupo, a exemplo do midiático. A repetição de um fato com carga afetiva negativa pode modificar a experiência individual do sujeito frente a um mesmo acontecimento. Contudo, a memória individual frente a um acontecimento marcante ao sujeito, é mais dificilmente modificável, visto a importância pessoal do fato.

Assim, o meio pode desempenhar importante papel na constituição de memórias afetivas do sujeito, seja nos momentos dos almoços diários em que a avó ouvia determinado programa ou de um acontecimento que foi amplamente coberto e repetido, tendo sido ouvido diversas vezes. E, apesar dessa relação afetiva sempre ter existido entre o rádio e seus receptores, as múltiplas narrativas existentes hoje amplificam as possibilidades, pois acessam diferentes sentidos simultaneamente, provocando uma experiência mais imersiva e marcante.

Ressalta-se, contudo, que apesar da relevância do trabalho desenvolvido por Halbwachs, há diversas outras abordagens realizadas ao afeto e às emoções² nas ciências sociais, destacando-se as perspectivas antropológicas e sociológicas. Em comum, ambas questionam as abordagens que afirmam ser as emoções fruto apenas de distúrbios biológicos, ou seja, como expressões únicas do corpo, e afirmam serem elas expressões constituídas socialmente.

Assim, as emoções tornam-se linguagem social pela qual se expressa os códigos determinados pelo coletivo. Esta perspectiva rebate o tratamento da emoção como algo

² Os conceitos de emoção e afeto estão sendo aqui trabalhados como sinônimos. Reconhece-se, contudo, que há linhas teóricas que os tratam como termos diferentes, que possuem base teórica distinta.

puro, principalmente “se levarmos em conta que desde cedo, na infância se aprende como, quando e com quem expressar os sentimentos, torna-se difícil encontrar um estado inicial no qual as emoções seriam vivenciadas em estado puro, de forma espontânea e sem controle algum” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 31).

Encontra-se, nos clássicos das ciências sociais, trabalhos que embasam este viés dado às emoções. Destacam-se as obras de Émile Durkheim, para o qual o objeto da sociologia encontra-se na dimensão social e passa a existir apenas quando se altera seu estado de consciência individual. Georg Simmel, que afirma haver em toda interação uma forma e uma motivação, sendo que “a motivação é o conteúdo, o interesse ou objetivo do indivíduo que se engaja em uma interação; a forma é o modo, um formato por meio do qual aquele conteúdo passa a existir” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 45), sendo interesse da sociologia apenas a forma. E Marcel Mauss, que em um artigo sobre ritos funerários australianos evidencia “o caráter ritualizado da expressão dos sentimentos, que se acentua ou recua segundo momentos socialmente demarcados na sequência ritual, obedecendo além disso uma estética comum” (REZENDE, COELHO, 2010, p. 48).

As obras de Vladimir Safatle, que se centra na ideia de que “a política é indissociável das modalidades de produção de um corpo político que expressa a estrutura da vida social” (SAFATLE, 2015, p. 19), de Le Breton, que afirma haver na expressão emocional um vocabulário que baseia-se em normas coletivas, em que as emoções “são formas organizadas da existência, identificáveis no seio de um mesmo grupo, porque elas provêm de uma simbólica social” (LE BETRON, 2009, p. 117) e da Denise da Costa Oliveira Siqueira, que trabalha com a emoção pelo viés do corpo, mas um “corpo que comunica, é meio de comunicação” (SIQUEIRA, 2015, p.22) também são importantes obras na compreensão de como as emoções são trabalhadas nas ciências sociais.

5. As comunidades de afeto no radiojornalismo contemporâneo

O jornalismo evidencia em valores como objetividade e isenção um ideal positivista que visa separar a emoção da razão (GADRET, 2016). Isto faz com que muitas pesquisas encaminhem o olhar ao afeto pela perspectiva do sensacionalismo. Porém,

ressalta-se que alguns dos tratamentos dados a relação entre o jornalismo e os receptores trazem, mesmo que não centralmente, a relação afetiva (ou emocional) existente no ato comunicacional.

A própria concepção de comunidade de afeto, aqui trabalhada, considera haver na criação de memórias coletivas um fator de determinação tanto no reconhecimento das memórias afetivas, como em sua expressão. O jornalismo, como linguagem técnica que visa interpretar a realidade, traz características desta linguagem social afetiva, desde suas interpretações, até a construção narrativa que se utiliza.

No entanto, as criações afetivas não se dão de forma similares, apesar de seguirem as mesmas regras sociais. O uso midiático destas emoções é mais técnico, profissional, pois ocorrem em uma narrativa que se diz objetiva e comprometida com um efeito de verdade. Assim, é preciso que se reproduza uma emoção sem recorrer ao apelo emocional (SIQUEIRA, 2015). Ao mesmo tempo, ao considerar o papel social do jornalismo em uma sociedade democrática, é possível afirmar que algumas das construções sociais das emoções são produzidas, ou ao menos reforçadas, por estes profissionais por intermédio da construção de narrativas jornalísticas. “A emoção em um contexto inicialmente informativo e de intenção objetivante serve como recurso retórico, de convencimento, um argumento em favor de um determinado ponto de vista” (SIQUEIRA, 2015, p. 26).

Acrescenta-se a isso a polissemia de narrativas presente no rádio expandido, tem-se uma força de produção afetiva ainda maior, visto que estas diferentes formas se complementam. “Para ser socialmente expressa, a emoção necessita de alguma materialidade” (SIQUEIRA, 2015, p. 29) e esse material é construído pela imagem, som e texto. Quando há uma multiplicidade de possibilidade, o corpo expresso torna-se mais complexo, pois ele consegue construir uma narrativa afetiva mais completa, com vídeos, imagens, sons e textos, simultâneos. Isso faz com que a experiência midiática seja mais facilmente compartilhada, pois marca-se mais determinantemente o código social expresso por meios das emoções presentes nas narrativas.

As comunidades do afeto são assim definidas e traduzidas, visto os meios de comunicação, por intermédio do jornalismo, não apenas estabelecerem o afeto por meio de produção ensaiada, técnica e repetida (SIQUEIRA, 2015), mas também por trabalharem os acontecimentos pelos filtros dos códigos populares, ou seja, traduzirem os aconteci-

mentos para narrativas compreensíveis pela gramática social vigente. Deste modo, os grupos compartilham memória afetivas similares, que possuem reconhecimento social e auxiliam a determinar a forma aceitável de expressão emocional.

Porém, o jornalismo quando estudado em sua expressão radiofônica, ganha ainda outras características que devem ser consideradas, visto haver no próprio rádio definições afetivas que permeiam seu desenvolvimento. Mas para que seja possível entender essa relação, é necessário frisar a diferenciação aqui compreendida entre rádio e radiofônico. Apesar de embasar-se na semiótica, mas especificamente no trabalho realizado por José Luis Fernández sobre audiência radiofônica, entende-se que a distinção entre estes dois termos auxilia no desenvolvimento, aqui proposto, das características afetivas do rádio. Assim sendo, por rádio diz-se sobre o meio, a base material pela qual distribui-se o discurso. Por radiofônico refere-se “tanto as possibilidades de produção de texto cuja materialidade é o som, (...) como a seu intertexto que inclui metadiscursos relativamente estáveis” (FERNÁNDEZ, 2012, p. 57 – tradução nossa³), frisando que estes discursos devem não apenas ser reconhecidos, como também aceitos como códigos socialmente determinados.

O radiofônico, portanto, não considera apenas as possibilidades técnicas, mas também “os campos de variações de possibilidades (variações de tempo, de espaço, de presença do corpo, de práticas sociais conexas de emissão e recepção e etc)” (FERNÁNDEZ, 2012, p. 63⁴ – tradução nossa). Todas estas variações influenciam a forma como se dará a relação afetiva entre o ouvinte e o meio, considerando que a própria construção discursiva radiofônica já considera a linguagem social compartilhada pela audiência, a mesma que serve de base para a forma como se dará a expressão emocional. Ou seja, o radiofônico é uma linguagem afetiva que compartilha uma linguagem social com seus ouvintes.

Quando somadas estas especificidades do radiofônico e do próprio rádio expandido, tem-se um campo fértil de possibilidades jornalísticas, tanto na expressão de códigos sociais, como na forma e efetividade que estes códigos chegam aos ouvintes. O jor-

³ “Tanto a las posibilidades de producción de textos cuya materialidad es el sonido, (...) como a su intertexto que incluye metadiscursos relativamente estables” (FERNÁNDEZ, 2012, p. 57).

⁴ “El campo de variaciones que posibilita (variaciones de tiempo, de espacio, de presencias del cuerpo, de prácticas sociales de emisión y recepción, etc)” (FERNÁNDEZ, 2012, p. 63).

nalismo, já complexo objeto de estudo, ganha novas camadas que tornam o radiojornalismo uma prática multifacetada tanto na relação afetiva/emocional com a audiência, como nas possibilidades técnicas, narrativas e relacionais do emissor.

6. Considerações Finais

O jornalismo possui um papel central, relacionado a produção de narrativas reconhecidas pelo público, que possuem um efeito de verdade, porém, impregnadas de emoções e que auxiliam na determinação das gramáticas sociais, daquilo que é permitido e de qual manifestação afetiva é aceita. Desta forma, identifica-se que é esperado em um falecimento a expressão da tristeza e que o ato da maternidade é condição que exige a expressão da alegria. O indivíduo que não sentir o ímpeto de ter tais reações, será repreendido pelo grupo, pois são estas as ações impostas. O jornalismo auxilia no fortalecimento de tais atitudes, contudo, pelo papel que ocupa na sociedade, propõe também novos códigos a serem inseridos.

As comunidades de afeto, criadas por meio de memórias compartilhadas pelo grupo social, relacionam-se ao jornalismo visto este ser um dos produtores e tradutores destas emoções na sociedade. A atuação dos meios de comunicação é a de porta-vozes do grupo, daqueles profissionais que possuem autorização para representarem os interesses e evidenciar os deveres dos sujeitos inseridos em determinadas sociedades, posição evidenciada pelo fato de a comunicação ser descrita como um serviço público pela Constituição Federal.

A prática jornalística, quando inserida na realidade radiofônica, mescla-se a uma linguagem afetiva ainda mais delimitada, onde há na produção sonora um acesso emocional mais direto à audiência. O radiojornalismo, portanto, centra-se em um paradoxo entre a forte presença da emoção no rádio, frente à objetividade inserida no *ethos* jornalístico. Algo que é evidenciado tanto pela busca por uma locução sonora sem expressão (algo comum nos jornalistas dos idos do rádio na fase do espetáculo, a exemplo do Repórter Esso), como pela evidente diferença na postura de um jornalista durante um radiojornal, frente à atuação em um telejornal, a exemplo do Ricardo Boechat⁵.

⁵ O jornalista possui uma postura mais austera no telejornal e muita mais desoprimido no radiojornal.

No cenário atual em que os jornalistas atuam, de convergência midiática, o impacto destas narrativas evidencia-se, devido à multiplicidade de formatos dados a estas e à simultaneidade delas no ato comunicacional, o que provoca uma intensificação das emoções presentes nestas narrativas. O receptor identifica mais rapidamente qual o afeto presente no acontecimento e acrescenta à memória os códigos presentes. Os próprios jornalistas conseguem consolidar na narrativa o afeto que melhor se relaciona ao fato, e os meios de comunicação encontram na relação racionalidade/afeto uma efetiva forma de produção de notícias.

A multiplicidade de plataformas, com as mais diversas modalidades radiofônicas, permite que haja uma intensificação da experiência midiática e comunicativa. O receptor tem acesso a inúmeras informações em um curto período, o que faz com que grande carga afetiva seja absorvida. A velocidade e a quantidade de dados fortalecem os códigos sociais preponderantes, inserindo-se aí as formas aceitas de manifestação emocional. A memória grupal é consolidada no ato de recepção, assim como as comunidades de afeto.

Referências

- BARBOSA, S.; NORMANDE, N.; ALMEIDA, Y. **Produção horizontal e narrativas verticais**: novos padrões para as narrativas jornalísticas. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós, Belém, 2014.
- BENETTI, M. **O jornalismo como gênero discursivo**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 15, 2008, p. 13-28.
- BERGSON, H. **As Duas Fontes da Moral e da Religião**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- BERTOCCHI, D. **A Narrativa Jornalística no Ciberespaço**: transformações, conceitos e questões. Dissertação (Mestrado). Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2006.
- COSTA, S.; CASTRO E SILVA, C.. **Afeto, memória, luta, participação e sentidos de comunidade**: Pesquisas e Práticas Psicossociais, 10(2), São João del-Rei, julho/dezembro 2015, p. 284-294.
- DAMÁSIO, A. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- FERNÁNDEZ, José Luis. **La captura de la audiencia radiofónica**. Liber/editores: Buenos Aires, 2012.

GADRET, D. L. **A emoção na reportagem de televisão**: as qualidades estéticas e a organização do enquadramento. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016, 189f.

HALBWACHS, M. (2006). **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. Aleph: São Paulo, 2009.

KISCHINHEVSKY, M. **Podcasting como suporte para experiências imersivas de radiojornalismo narrativo**. Anais do 15o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, 2017.

LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**: Série Jornalismo a Rigor. Insular: Florianópolis, 2012.

LE BRETON, D. **As paixões ordinárias**: antropologia das emoções. Petrópolis: Vozes, 2009.

MAIA, B. **As Transformações no Ethos do Jornalista**: a reformulação dos valores profissionais perante um cenário de convergência. Trabalho apresentado no 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo, 2017.

MAINGUENEAU, D. **Gênese dos discursos**. Criar: Curitiba, 2007.

MAUSS, M. L'expression obligatoire des sentiments (rituels oraux funéraires australiens). In: **Essais de sociologie**. Paris: Editions de Minuit, 1969, p. 81-88.

MOTTA, L. G. **A Análise Pragmática da Narrativa Jornalística**. Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 2005.

OLIVEIRA, W. M. C. **Memória, Subjetividade e Afeto nos Bastidores do Rádio**. 2008. Dissertação (Mestrado em Memória Social) - Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008, 163 f.

SANDOVAL, M. L.; MAHFOUD, M. **Halbwachs: memória coletiva e experiência**. Psicologia USP, São Paulo, 4(1/2), 1993, p. 285-298.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Vozes: Petrópolis, 2010.

SIQUEIRA, D. C. O. Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação. In. SIQUEIRA, D. C. O. **A Construção Social das Emoções**: corpo e produção de sentidos na comunicação. Sulina: Porto Alegre, 2015, p. 15-35.

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